

国産材を使用した200年住宅で 建設不況を克服し新たな市場開拓!

＝ 国産TF工法の採用により、健康的で長期間使用可能な住宅の製造販売への取組み ＝

経営革新事例

支援機関: 八幡浜商工会議所

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 経営革新

昭和建設 有限会社

Information

【企業概要】

社名: 昭和建設有限会社
代表者: 代表取締役 氏間 和昭
業種: 建設業
所在地: 八幡浜市向灘352番地
資本金: 5,000,000円
設立: 昭和52年4月
従業員: 11人



地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

◆ 当社設立の背景、動機

昭和52年、氏間和昭氏は八幡浜市向灘に「こだわりのある家造り」をコンセプトに今の昭和建設を創業し、昭和56年には八幡浜市向灘に工場を増設、事業を拡張した。当初から、最新技術の導入を積極的に行い、プレカット加工機やCADなどの導入は南予地区では最初に導入している。最新機械の導入でコスト削減に成功し、不動産業者や大手建設業者からの信頼も厚く、売上も伸ばしてきた。また、2×4工法やパネル工法などの最新工法を習得し、お客様のニーズにこたえる家づくりを目指した。平成8年より一級建築士である次男貴則氏が、設計部門を担当するようになり、「創意と工夫」をコンセプトに独自のオンリーワン技術を開発し、提案型企業に脱皮し、受注も飛躍的に増加してきている。

しかし、最近の不況により、南予地方での新築

着工件数も減少しており、現在の売上・利益を確保することが困難な状況となっている。そこで、八幡浜市のみならず新規市場である松山市も視野にいたれた新製品開発、市場開拓戦略を展開することとした。日本の住宅は、乾燥技術や加工技術の問題で10.5センチメートル柱の輸入材が使用されていることが多く、19センチメートル以上の柱で建築されている欧米住宅の耐用年数の200年に対し30年と短い。また、合成樹脂を材料とする新建材には、樹脂、ビニール、接着剤などの石油製品や、防カビ・防虫剤など人体に有害な化学薬品が大量に使われており、今問題となっているシックハウス症候群やアトピーなどの原因が、これらにあると考えられている。日本の住宅は、長期間使用可能住宅と健康を守れる家づくりが課題となっている。

◆ 事業概要

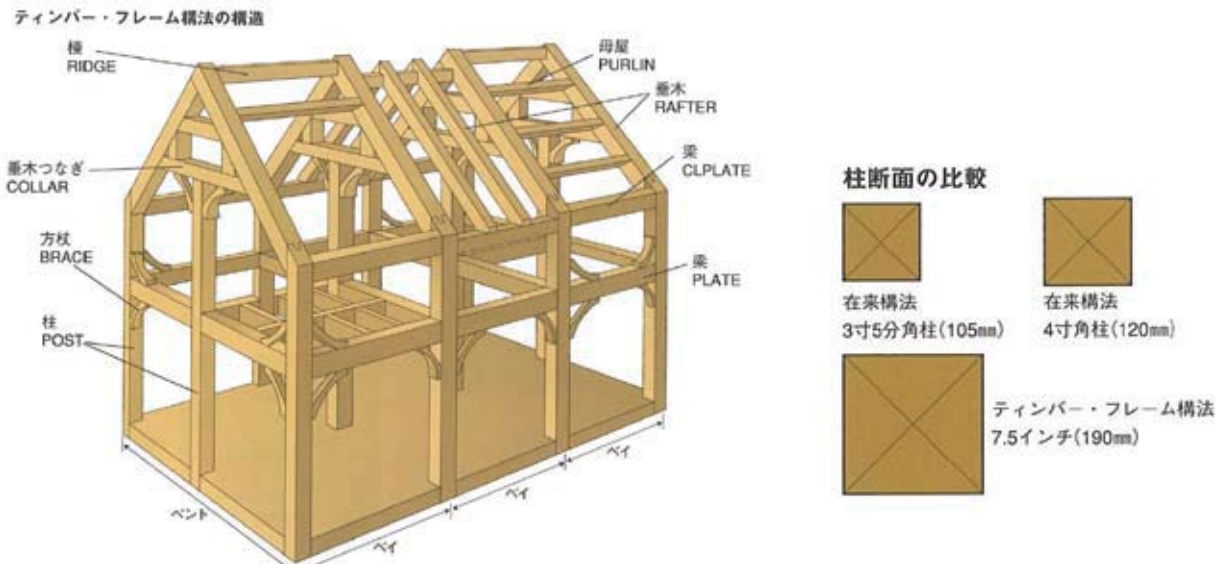
超長期化住宅と国産材を利用した住宅を提供できないものかと、貴則氏は模索してきた。そこで発見したのが、国産材を使用したティンバーフレーム工法(以下「TF工法」という。)である。TF工法によって、200年耐久可能な住宅を提供できるようになる。建築方法としては、国産材を使用し、柱や土台に19センチメートル以上の角材を使って、建物の骨組みを作り上げるのが特徴だ。

TF工法の第一人者である松岡在丸氏に直接ご指導いただくこととなった。

このTF工法により、既存の住宅価格よりも約100万高くなるが、200年超住めることができるようになり、顧客に受け入れられる住宅であると考えられる。これにより、売上だけでなく利益率も約10%改善が見込まれ、雇用の拡大も期待できる。

◆ 主な事業内容

- ① 松岡氏と協力関係にある宮崎県の製材所より、資材を仕入れる。
- ② 19センチメートル以上の角材を利用し、TF工法によるオンリーワン住宅を販売する。



500年以前に建てられた、シェークスピアの生家(イギリス)もティンバーフレーム工法

◆ 拠点の具体的な支援内容

① ビジネスプランのブラッシュアップ



最初に訪問した際に、経営者は現在の建築業の不況から脱却し、八幡浜の経済の活性化と雇用の拡大に貢献したい強い思いがあった。しかし、今回の事業構想を成功させるためには、次のような検討課題があった。

【主な検討課題】

Point

- ◎当事業についての全体の売上・利益目標、事業内容、キャッシュフローと資金計画を明確にすること。
- ◎人材の確保と教育について、明確な教育体制を構築する必要性を検討すること。
- ◎必要な資金調達、社員の採用と人員計画、販促手段とその時期などについて明確にすること。
- ◎その他、必要な調査に関する時期や費用を検討すること。

② 愛媛県建設産業経営革新等助成事業費補助金へのサポート



上記の作業をすすめていく上で、事業の新規性や地方の活性化などで公的な支援制度が活用できないかを検討する。

上記補助金が該当するのではないかと提案したところ、是非挑戦したいとのことだったので、申請書のブラッシュアップに関してサポートした。

③ フォローアップ

氏間貴則氏の熱意と努力が実り、平成20年度愛媛県建設産業経営革新等助成事業費補助金の対象事業として採択された。

また平成20年11月には、経営革新計画事業として承認された。

経営革新事業の進捗把握等により、当事業活動全体の支援のため定期的に訪問していく予定である。

◆ 拠点を利用した事業者の声

事業内容を計画書に記載していくことが、どれ程大変であるのか再認識しました。頭の中で考えていたことを文書にすることは大変ではありましたが、文書化することで頭の中が整理でき、又今後、事業を考えていく上で大変役に立ったように思います。

申請書の書き方や内容について、親身になってアドバイスをいただいた、商工会議所経営支援センターの応援コーディネーターや経営指導員のご指導に深く感謝しています。今後も、経営支援センターから情報提供やアドバイスを受け、八幡浜地区の活性化と発展に寄与したいと思っておりますので、宜しくお願い致します。

今回、当社が採用するTF工法を、将来的には県産材を利用したものにし、さらに独自の加工技術を身につけ、八幡浜地区だけでなく松山市などへ需要の拡大も見込んでおります。



今後も、居住者にとって最もふさわしい住宅の提供に努力していきますので重ねて宜しくお願いします。

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

Staff voice 

◆ 支援に携わったスタッフの声

現在の建設業を取巻く環境は、公共事業の伸び悩みや民間住宅着工件数の減少など厳しい状況が続いています。そのような中で、氏間貴則氏との出会いがあり、それは青年実業家として夢と希望を感じた日々であり、私自身多くのものを吸収できた期間でありました。

氏間貴則氏は、ブログを日々更新され、毎日20~30件のアクセスと、そのブログからの発注もあるということです。2千万~3千万もする住宅を、ブログを見て発注されるのであるから、よほどブログの内容が優れているのでしょう。また、氏間氏は、常に最新の建築に関する情報を獲得するため、業界誌やネット情報などをこまめにチェックしており、その姿勢は見習うべきものがあります。

今回の補助金申請から経営革新申請など、初めてで慣れない仕事で幾度となく書き直しをしていただきましたが、嫌な顔もせず素直

に指導に従い、熱心に作成されたことには頭が下がる思いでした。今回のビジネスプランの作成で、



応援コーディネーター 西村 修造

これまで頭の中で考えられていたことが、整理できたのではないかと思います。

今後、多くの問題・課題が発生すると思いますが、今回のビジネスプランの作成方法を取り入れて、その対応策を文書化することをお勧めします。今後も引き続き必要なフォローをさせていただくつもりです。常にお客様が安心して長く暮らしていける住宅を提供していただけることを願っています。

マーケティングと アイデアで販路開拓

＝ニッチな部門での顧客ニーズに柔軟に応える小さな企業＝

支援機関: 西条産業情報支援センター

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 経営革新

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

伊予ケミカル株式会社

Information

【企業概要】

社名: 伊予ケミカル株式会社
代表者: 代表取締役 吉岡 晃信
業種: 小売・卸売業
所在地: 西条市神拝甲150-1 311
資本金: 3,000,000円
設立: 平成20年9月
従業員: 2人



◆ 当社設立の背景、動機

営業で現場を歩いて感じていたこと。ニッチな部分の顧客ニーズ、ほんのちょっとした事だけあれば便利なこと。に応えたく起業を決意し、平成20年8月に化学品メーカーを退社した。

塗装設備の排気口や塗装治具、循環水経路の汚れは、生産効率の悪化の原因になり、設備への負荷や更に品質不良の原因となるが、メンテナンスに時間や手間、コストがかかったり、環境に悪影響を及ぼす状態も見受けられる。

また、プリント基板の実装工場で行われている洗浄においては、非効率かつ非経済的であるのが現状である。

そんなところに注視し、以前勤務していた化学製品関連企業からの協力を得て、洗浄液の販売事

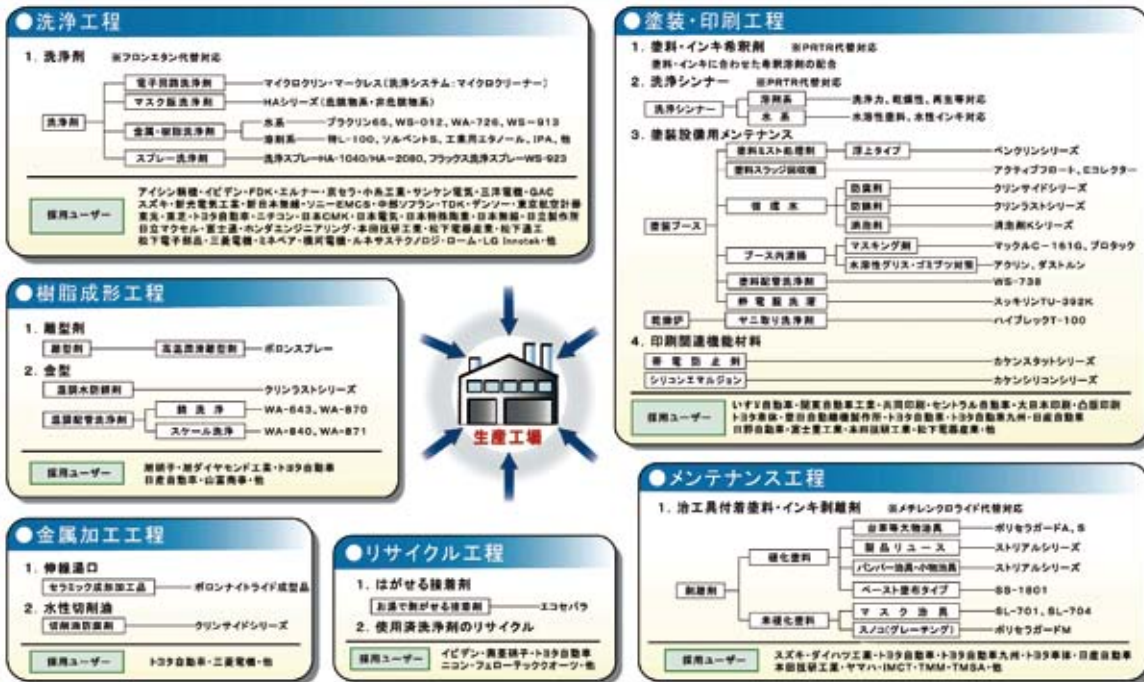
業を計画。環境面も考慮した洗浄液を効率的に利用する事により、企業の社会貢献および経費の節減を見込んだ。

培ってきた化学製品開発と販売の知識を活かしながら、地元西条への貢献を期し起業を決意し弊社に来社。当初は事業計画と呼べる物も無く、事業計画を作成する事から支援を開始。5度、6度と改善していく内によりやく事業計画が完成。経理面担当の奥さんとの二人三脚にて事業開始し、20年9月法人を設立する。

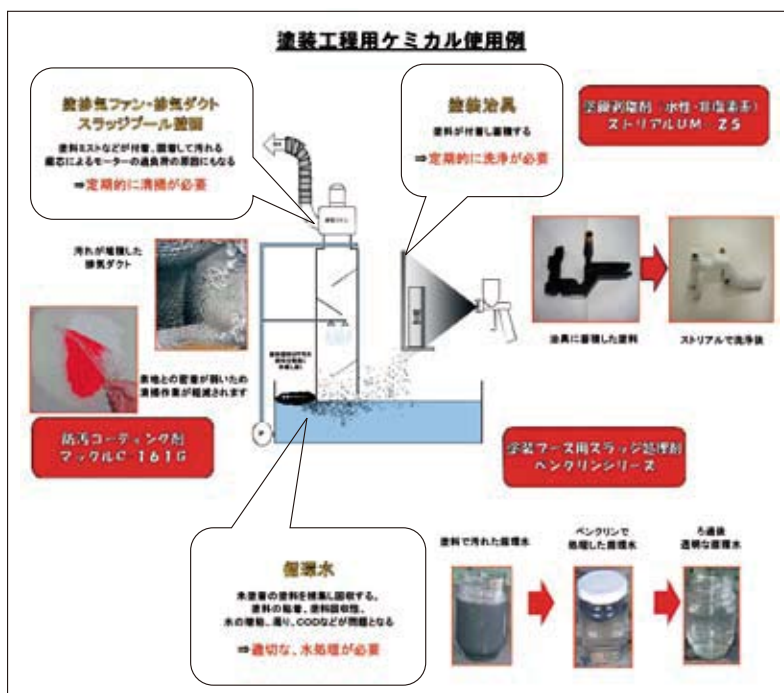
◆ 事業概要

事業の内容は、化学品及びそれらに関する製品の販売、開発、コンサルタント等で、具体的な販売品目は、電子部品用洗浄剤、塗装用洗浄剤(剥離剤、洗浄溶剤、水性洗浄剤)、工業用アルコール各種、洗浄用スプレー各種、洗浄シンナー、金属加工用脱脂洗浄剤各種、印刷工場向け帯電防止剤・洗浄剤、洗浄装置、薬剤槽、溶剤再生装置、洗浄治具、関連設備など。

以前在籍していた仕入先メーカーで開発を手掛けた製品も多く、メーカー同等の提案が可能で、特に“洗浄”については、材料からプロセスまで設計が可能である。



ケミカル製品概要資料



塗装用ケミカル製品例

◆ 拠点の具体的な支援内容

① 事業計画の作成



サラリーマンからの起業であり、経営者としての感覚は皆無であり、当初の計画では数字的な物も現実性に欠けていた。

理想を掲げつつ、現実を冷静に分析する事から始めた。マーケティング等の基本についてのレクチャー依頼があり、和田アドバイザーが指導した。



② 取引先の紹介



当面の目標は消耗品である洗浄液を継続的に利用してくれる企業を1社でも多く探し出す事である。

弊社の最大の特徴である行政（西条市）との関係を活かし、西条市を通じて市内取引対象企業を紹介。またエリアエージェントも活用し高知県の企業を紹介する事もできた。少しずつではあるが取引先は増加している。

③ 平成20年度事業者連携促進事業（チャレンジプラン）



消耗品の継続利用と顧客のニーズに応える為、プリント基板工場関係に利用が可能である洗浄装置と再生装置及び洗浄液管理が容易にできるシステムを考案。システムの製作は従来から取引のある東温市の（有）西川電機製作所が協力をしてくれる事となった。本システムは導入する顧客の検討工数低減及び、適切な条件で使用することで、安定した洗浄品質を得られる事が売りである。

伊予ケミカル（株）としても洗浄液を消耗品として継続的な取引が発生するとともに、修理、メンテナンス等も適切に行うことで、顧客満足の高いビジネスとなりうる。

そこで、弊社もグループの構成員となり、えひめ産業振興財団のチャレンジプランに申請する事とした。

構想をペーパーにしていく事により、不安な要素も浮き彫りになってきたが、一つ一つ解決していくことにより申請書を完成させた。



④ フォローアップ

定期的な打ち合わせを重ね、試作品を製作中。テスト操行、訪問実験にまで協力していく予定である。

取引先については、高知についてはエリアエージェントにより継続した支援を実行中。四国内の次は九州をターゲットとしているが、まずは地盤を強化していく事に協力をする。

◆ 拠点を利用した事業者の声

サラリーマン時代は開発や営業の経験はありましたが経営、経理の経験もノウハウもなく分からないことばかりでした。入居当初は、事業計画から分かりやすく指導して頂いたり、SICSで開催されるセミナーに参加させて頂きとても為になりました。

当社の営業品目は、生産現場に直結した化学品がメインのため、工場の生産技術関係の担当者へのアプローチが必要なのですが、地元とはいえ、長年離れていたため伝手もなく、なかなか、キーマンへ辿り着くことができない状況でした。

そんな中、SICSのコーディネーター、技術アドバイザー、エリアエージェントの皆様や、市の関係者の皆様から、多くの情報や企業のご紹介を頂き、徐々に大手企業に出入りさせて頂けるようになりました。

営業のルートができると、当社の強みでもある一般の商社には真似できない専門的な提案力でお客様に受け入れて頂いています。

更にSICSには入居企業ばかりか、地元の企業関係者が集い、横の繋がりから互いに情報交換できたり、新規のビジネスに繋がる案件を頂いたり大変良い環境を作って頂いています。

また、助成金事業の情報提供や支援なども充実しており、20年度の事業者連携促進事業の申請の際には、コーディネーターの方をはじめ関係の方々のご協力のお陰で採択に至りました。

今後、お客様は勿論、地域や仕入先にも喜んで貰える企業にしていきたいと思っています。

Staff voice 

◆ 支援に携わったスタッフの声

過去のキャリアとして、塗装、及び洗浄等を扱う化学会社で開発、及び開発営業に携わった経験があり、トヨタ・本田技研・村田製作所等の大手先端企業に副資材や環境改善の提案を行ってきました。

それらをベースに起業を決断して以後、培われた技術をベースに持ち前の行動力を生かして顧客層を拡大し、起業時の目標を着実に実践中です。

吉岡氏のPDCAを基本とする目標管理の実践は起業家の範たるものがあります。

初めはどうなる事かと心配していましたが、とにかくフットワークが軽い。自分の能力を十分に活かし切れていると思います。また自己管理ができ、着々と目標を達成していています。

新規顧客を訪問しても、必ず次回訪問のきっかけとなる宿題を探して帰る。宿題を解決するスピードも早いし、新たな提案セールスもできる人物です。一口一口が小口の取引が多いので、見た目には地味ですが、リスクを回避する意味においても常套手段であると思います。目の付け所は非常にシャープです。今後の飛躍に期待しています。



専門家
SICS技術相談室アドバイザー
和田 雄作



応援コーディネーター
山田 佳功

培った技術とアイデアで経営革新と地球温暖化防止に挑む若き経営者

＝冷房用電力消費削減、屋根用外断熱工法「ルーフシェード」商品化への取組み＝

経営革新事例

支援機関: えひめ産業振興財団

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 経営革新

有限会社 石川テント

Information

【企業概要】

社名: 有限会社石川テント
代表者: 代表取締役 石川 浩
業種: 製造業
所在地: 四国中央市妻鳥町2935番地4
資本金: 5,000,000円
設立: 平成1年
従業員: 3名



ルーフシェード

◆ 商品の概要

まず新商品である「ルーフシェード」を紹介する。「ルーフシェード」は、強力メッシュシートの表面に、ステンレスの薄膜加工を施した特殊シートである「ルーフスクリーン」を、専用ブラケットで、金属製屋根の上面に取り付ける、いわゆる「日除け」である。これにより急激な屋根材の温度上昇を抑制し、特に夏場の消費電力を削減することができる。

「ルーフスクリーン」は、耐風を考慮して30cmの細幅に加工されており、雨水が溜まらず、通気性、通風性が良く、ホコリ対策にも効果がある。また細幅にしたことで部分補修が可能である。取り付け用の専用ブラケットは、穴あけ等の加工を必要としないため、屋根に傷を付けることもない。

このアイデアを、シートメーカ、金具メーカとタイアップして実現させたのが、ここに紹介する(有)石川テントの石川社長で、まだ42歳の若き経営者である。



ルーフスクリーン

地域資源活用事例

農工商連携事例

見えない資産活用事例

◆ 事業概要

① 目標

冷房用電力消費削減を目標とし、屋根用外断熱工法を開発した。屋根への取付方法の研究・開発、実証試験の実施により、同工法を完成させ、ビジネスに繋げたい。地球温暖化防止にも貢献できると考えている。

② きっかけと着眼点

グループ内企業である(有)石川テントが経営する店舗「セルフうどんがんば亭」において、毎年夏場になると空調に使う電気代が高騰し、弊社自身も省エネ対策に悩まされていた。

コンビニや飲食店の店舗は建物に対する屋根面積の割合が広く、屋根の直射日光による温度上昇を防ぐ事で店舗内の空調効率を上げる工法を模索してきた。

テント製作・施工業務においても、客先から「屋根を上手く覆って日陰が作れないか？」という問い合わせが年々増加傾向にあり、必ず新しい市場になると確信した。現在まで培ったシートを張る技術と異業種のノウハウを組み合わせる事で、様々な問題解決の糸口が見えた事も商品開発のきっかけになった。



セルフうどん店

③ 事業の特徴

1 新規性

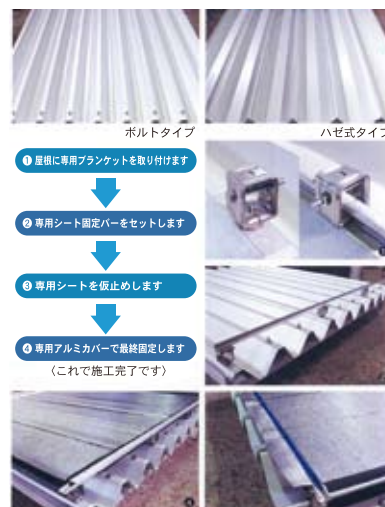
現在、屋根に対する省エネ商品として、「塗装」「屋根材の2重張り」「屋上緑化」「散水」「太陽電池」などが販売されているが、どれも価格面やランニングコスト、屋根に対する重量負担や早期劣化など問題があり、購買意欲があるにもかかわらず広がりを見せていない。

低コストのメッシュシートを使った断熱工法は未だ開発されておらず、新規事業として成り立つ可能性は十分考えられる。

2 社会性

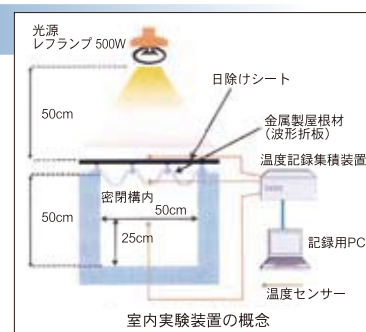
低コストで、耐風性・耐候性・耐雪性を兼ね備えた商品を発売する事により、手軽な省エネ対策が可能となり、多くの人が経費削減を行いながら地球温暖化防止に貢献出来る。

「屋根の上に日陰を作る」という消費者にも解り易い理論と低コスト、販売対象が定めやすい事などから考えると、現在不況に喘ぐ様々な業界からニュービジネスとして興味を示してくれる事を期待できる。



④ これまでの取り組み

- ・耐風性・耐雪性を備える為に試行錯誤の結果、シート自体を細幅化する事により解決する事を思いき、農業用ビニールハウスの金具を使って石川テント内にテスト施工を行う。
- ・耐久性を確認後、工法を実用新案登録。
遮熱効果を実証する為第1段階として、愛媛大学工学部で室内実験を行い、模型における遮熱効果を立証した。
- ・施工性の向上を図る為、平成20年秋までにフレーム取付用ブラケットの改善を進めた。
- ・平成20年8月中に、セルフうどんがんば亭において、消費電力量・室内外の温度変化などの実証実験を実行した。
- ・平成20年11月12～14日に「ジャパン・ホーム・アンド・ビルディングショー」東京ビッグサイト、断熱・遮熱特集に出展した。



◆ 実証実験計画

セルフうどん『がんば亭』での実証実験



- 現在試験施工済みの店舗で遮熱シートがある場合と無い場合の、消費電力量と室内外の温度変化を測定する。
- 真夏の2週間、シート有とシート無で計測を24時間実施し、その中で気象条件が合致する日を何日か選定して、具体的な節電額を導く。
- 温度測定箇所はシート表面、屋根表面、屋根とシートの空間、天井裏、室内、気温の部分で20ポイントほど選定し、T型シーース熱電対にて測定する。屋外に設置する為、太陽光や雨水に影響を受け無い様、熱電対導線も温度測定保証付きの物を使用する。
- 消費電力量はエアコン用ブレーカーよりデータロガーを使い測定する。
- 計測データは学生アルバイト管理の基、店外仮設テント内に集められて集積される。
- 集積されたデータを基に、愛媛大学工学部で分析し報告書にまとめ、より効率的な工法・資材の検討を行う。



屋根に取り付けた温度センサー

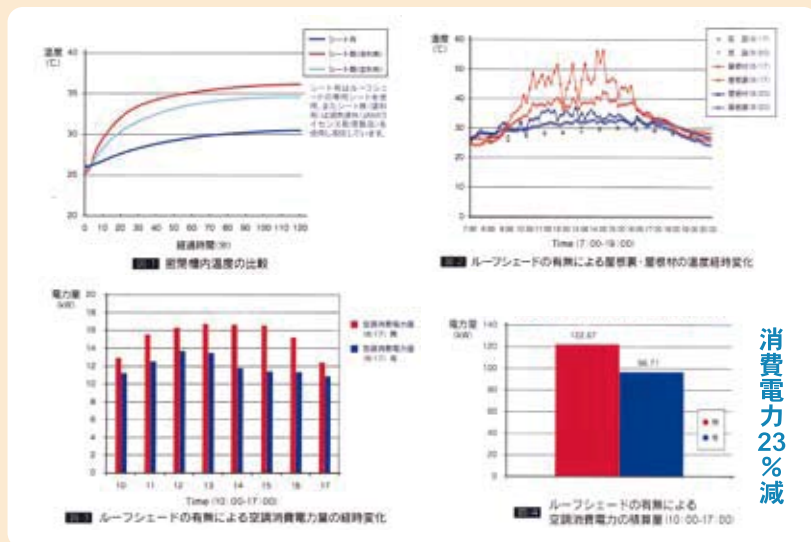


愛媛大学でのミーティング

実証実験結果



愛媛大学の協力により実施した実証実験により、以下のグラフに示すように、大変有効な結果が得られた。



支援の成果

- 愛媛大学の協力で得られた信用度の高い解析結果を記載したパンフレットを作成することができた。
- この販売促進資料をもって、展示会(ジャパン・ホーム ショー)に出展することにより、有力な代理店候補も複数見つかった。

◆ 拠点を利用した事業者の声

「まず、すぐ出来ることを考えましょう」と言うアドバイスにより、実質的な取り組みができたことは、計画が1年早まるという大きな効果を得ました。次には、H21年の活動も視野に入れた提案をいただき、何をやらなければならないかが明確になり、同時に意欲もわいてきました。次のステップへの挑戦も方向も示してくれており、頑張ります。



石川社長

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

実証試験等に関して支援策はないかとの相談でした。事務手続きは戸田主任研究員が夜遅くまで対応し、ビジネスプランに関しては渡邊PMが対応しました。支援は、頑張る余り見落としそうな項目を忘れないようにアドバイスすることが殆どで、携わった感想は、まさに“社長が偉いと上手いく”の典型でした。



戸田主任研究員



渡邊PM

- 1 実証実験は盛夏中に実行する必要があるため、直ぐ対応できる支援策として当財団の“チャレンジプラン”に早急に申請されることを勧める。時間との勝負であった。
- 2 “チャレンジプラン”制度利用においても、厳密な契約書の作成が必要な項目など時間を要するものと、直ぐに取り掛かれる項目を仕分けし、とにかく一刻も早く実証実験を始めることを最優先として企業さんとも話し合う。
- 3 “チャレンジプラン”制度は、補助金を支給するものではなく、必要な物資、機材を当財団が購入し貸与する制度であるため、消耗品などは必ず写真を撮り証拠を残すことなど、急いで取り掛かった時に、つい忘れてしまうことのないよう、企業さんとは繰り返し連絡を取り、コミュニケーションを密にする。
- 4 実験に心を奪われがちであったが、H21年春からは施工に忙殺されることを考えれば、営業ができるのは来年(H21年)春までである。効率の良い営業展開を考えなければならないと共に、実証実験の結果を踏まえた販売促進資料の準備も急がなくてはならないことをアドバイスし、共通認識とした。

印刷事業から 紙パッケージ事業への参入

支援機関: えひめ産業振興財団

支援内容: 商品開発

支援区分: 経営革新

経営革新事例

地域資源活用事例

農工商連携事例

見えない資産活用事例

佐川印刷 株式会社

Information

【企業概要】

社名 : 佐川印刷株式会社
(Sakawa Printing Co.,Ltd)

代表者: 代表取締役 佐川 正純

業種 : 印刷業

所在地: 愛媛県松山市問屋町6番21号

資本金: 10,000,000円

設立 : 1952年7月(昭和27年)

従業員: 90名



◆紙パッケージ事業への参入の経緯

当社では、印刷物市場における受注競争が一段と激化する事業環境にあり、積極的に事業の多角化に取り組んできた。その一貫として、紙パッケージ制作への取り組みを開始し、一昨年秋内子町の観光協会から観光絵葉書のパッケージの受注に成功した。同パッケージは、単なる包装機能のみでなく、スタンドとしての機能を持った当社のオリジナル・デザインで、購買者から一定の評価を受けている。(商品名:オリパック)この成功をきっかけに、紙パッケージ事業への参入を本格的に検

討することになり、数種類の試作品を製作し、市場の評価を問うことになった。



オリパック(特許出願中)

◆ 支援体制

紙パッケージ試作品の事業可能性について当財団に相談があり、事業可能性を調査する方法として外部の調査会社に委託する方法や、当財団単独で実施する方法が考えられたが、愛媛県紙産業技術センターと協議した結果、(株)ゴークラに協力を要請することにした。同社は、明治38年創業の地元の紙総合商社で、業界の事情に精通しており、試作品の事業可能性についての調査に限らず、当社がこの新しい事業に参入するに当たって、超え

なければならない様々な課題に対する貴重な意見をいただくことも期待できると考えたからである。幸いにもこの要請に対して、同社から快い返事を頂き、期待通りの支援体制を整えることが出来た。

◆ 開発コンセプトと試作品の一覧

① 開発のコンセプト

当社では商品開発の基本コンセプトとして、以下の事項に配慮している。

- | | |
|---|-------------------------|
| 1 CO ₂ の削減のため石油製品の不使用 | 4 過剰包装の削減 |
| 2 リサイクル可能な資材の活用 | 5 地域資源の活用(和紙など) |
| 3 廃棄紙面を極力減らし、資源の有効な活用 | 6 地場産業との協業(紙加工業) |

② 試作品の一覧と特徴

A 折り小箱(実用新案登録済)

糊などの貼り加工の無い折りと差し込みでパッケージ、斬新な形状で注目度を向上



B サンクロ(意匠登録申請中)

三面の押す力を利用して表面の圧力強度を向上、糊加工の無いワンプッシュ型



C アルボ

上部がアール型のパッケージ、糊を使用せず、底を深くして容量増大

D ロックン

双三角錐の形状が個性豊かなパッケージ

③ 想定される市場

経済産業省の工業統計表(2004年)によると、「紙器」と呼ばれる品目の出荷額は、全国で約5,900億円となっている。その内今回の試作品が適用できると思われる商品としては、以下のようなものがあげられる。

- ①菓子類 ②化粧品類 ③衣類(下着) ④文具教材 ⑤入浴剤

これらの商品を扱う小売事業者は、当社の従来の顧客と分野が大きく異なるために、新たに顧客を開拓していく必要がある。

◆ 試作品についての評価

調査は、先ず(株)ゴークラの企画開発室の意見を収集するとともに、同社の東京・大阪の両支店にサンプルを送り、直接末端の菓子店で意見を収集してもらった。

全体的な印象として、形状がユニークであることや、一枚物であることが評価された。しかし、一方で組立が煩雑であることや、取っての強度に対する課題などが指摘された。店先で忙しいときに組み立てるのは無理があり、箱なら組み立てた後重ねることができ省スペース化が図れるが、このパッケージでは難しいなど、具体的な意見を聴取することができ、非常に参考になった。これらの指摘事項については、組み立て方をよりシンプルにしたり、材質を変更したりして順次改善が加えられ、商品としての完成度を高めることが出来た。

それぞれの試作品は、具体的な用途に対して向き不向きがあるので、その評価は用途を指定して行うほうが、より正確な評価が得られる。調査は、試作品が菓子パッケージに向いていると思われることから、菓子店において行われたが、試作品によって別の用途での調査も必要であろう。

しかし、(株)ゴークラの企画室における見た目の感想として、これらの試作品が斬新さ・ユニークさで一定の評価を受けたといえる。したがって、個々の商品に市場性があるかないかは、即断しかねるとしても、当社の紙パッケージ開発力について、概ね良好な評価を受けたものと思われる。このことは、今後外部との協業関係を構築していく上で、必要不可欠な条件である。

◆ 事業化に向けての課題と取り組みへの提言

1 販路開拓

従来からの印刷事業は、チラシ・カタログ・パンフレット・ポスター・ビジネスフォームなどが中心で、その顧客は今回開発された紙パッケージ商品の販売先とされる菓子・化粧品等の販売事業者とは異なっている。このため、新たに販路を開拓していく必要があるが、自力でこれを開拓するについては、印刷業という看板を上げているために、かえって営業先に疎まれる可能性がある。したがって、「パッケージの佐川印刷」という企業イメージを定着させるには、かなりの労力と時間を要するものと思われる。これを避けるためには、従来から紙パッケージをこれらの業界に販売している事業者と協業関係を結んで、彼らの販売網を利用して広げていく方法が、考えられる。

2 生産設備の課題

新製品開発・企画におけるソフトウェア戦略に必要な設備の充実を第一に考える。生産設備は過大な投資を避けるため、協力会社へ委託するののも一つの方策である。

3 専門パッケージデザイナーの育成

現在当社では、グラフィックデザイナーは抱えているが、専門のパッケージデザイナーがいない。早急にグラフィックデザイナーから育成したいとの意向がある。しかし、デザイナーの養成は短期間に出来るものではなく、デザイナーや紙商社などとの協業により、商品開発する方法が適当と考える。

◆ 事業化への取り組み方

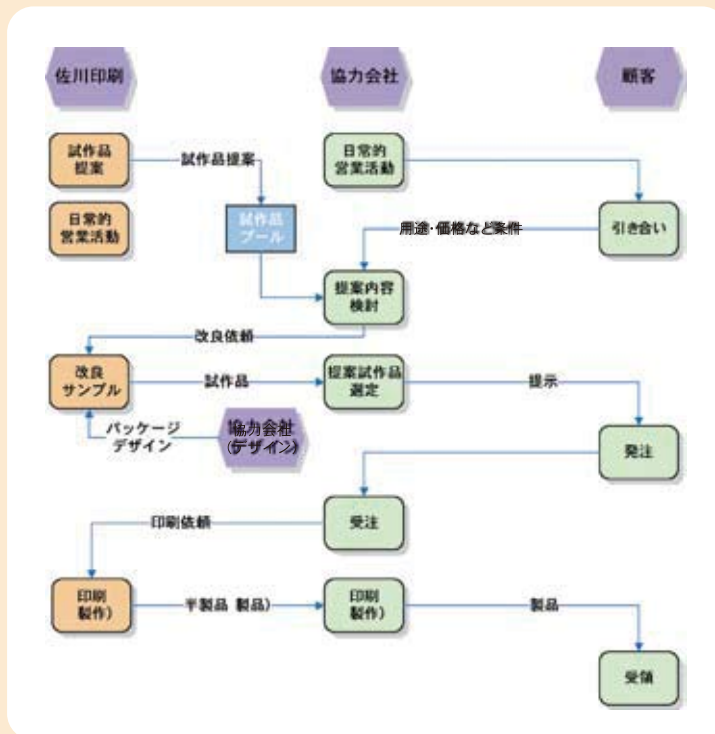
現段階で本事業を進めるに当たって、当面紙加工会社との協業体制を確立し、佐川印刷及びその協力会社のそれぞれの得意とする経営資源を、効率的に組み合わせて顧客の注文に応え、出来るだけリスクを小さくすることを検討することも一つの選択肢である。右ページの図はパッケージ事業の一連の事業プロセスの中で互いの役割分担を示した一例として、提示したものである。

佐川印刷の役割

- 商品企画
- 形状表面デザイン
- 営業

協力会社に委託する業務

- 営業
- 表面加工・トムソン加工
- 印刷



◆ 協業におけるリスク回避

協業体制で進めるに当たっては、試作品を盗作されるリスクに配慮する必要があります。関係者に試作品を見せるに当たっては、特許申請、実用新案、意匠登録などによって、商品の権利化

をすませしておくこと。また、協業に当たっても、相手先の選定において信頼できる相手を選び契約を交わすよう留意する必要があります。

Staff voice 

◆ 支援に携わったスタッフの声

(株)ゴークラからの試作品に対する調査結果は概ね好評であり、佐川印刷のパッケージ開発企画力は、一定の評価を受けたといえます。これにより、当社は事業化に向けて更に一步を踏み出すことになりました。しかし、本格的な生産体制を確立するには、より多くの試作品の市場性についてのデータが必要となります。現段階では、盗作などのリスクに配慮しながら、一刻も早く有力な協力会社との協業体制を確立して、より多くの市場性の情報や市場特性情報を収集しながら、進めていくことが大切となりました。そのことによって、本業である印刷事業においても、知的所有権などのソフトウェア戦略という新しい市場への展開の可能性も生まれてきます。



応援コーディネーター
相原 憲二

愛媛県産の農産物魚産物を使った ピューレの製造販売

＝農商工連携を見据えた一次加工食品の商品化への取り組み＝

支援機関:愛媛県中小企業団体中央会

支援内容:経営力の向上支援

支援区分:経営革新

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

株式会社 上野昆布

Information

【企業概要】

社名:株式会社上野昆布

代表者:上野 哲司

業種:海産物、農産物卸

所在地:松山市山西899

資本金:10,000,000円

設立:昭和52年

従業員:8名



既存商品例

◆ 新商品開発の経緯

当社は、海産物・農産物卸業から始まり、ソース、ドレッシングなどの調味料等のOEM製造を行ってきた。しかし、最近の食の安全性及び地産地消のニーズから、県内産の農産物を安心して食してもらうにはどうしたらよいかを考えてきた。そこで、調味料製造の技術を生かして、新商品であるピューレ・ペースト等を開発し、設備を導入し生産することとなった。既存顧客への貢献とともに、新規開拓も行い経営革新を進めていく。

最近の食の安全性に対する消費者ニーズや地

産地消への期待感、農家側の立場で考えれば、サイズ、糖度、形などの理由で流通することなく、廃棄されるB,C級品の野菜や果物を加工することによって、農家の収益安定化に貢献していきたいと考えてきた。

現在、県内においてはこのような取り組みをしている企業、事業所はみあたらず、新規性は十分あるものと考えている。本事業により県内の経済や農業の活性化に大きく役立つものと確信している。

◆ 既存事業との相違点

当社は昭和52年に創業し、当初は海産物の卸から始まった。その後、農産物の卸、手作りの瀬戸内風味・珍味の企画開発、ソースやドレッシングなどのOEMを製造、惣菜やHOTランチ弁当と徐々に規模を拡大してきた。特に小分けのノ

ウハウには定評があり、一人前ずつ仕切りのついたトレイで惣菜を提供したり、だし汁やドレッシングなどの液体も1人前パックに充填する商材も小ロットから可能である。

◆ 新商品の特徴と用途

ピューレ状とはフルーツや野菜などをつぶしたり、裏ごししたりして、どろどろの状態にすることである。

- 1 多様な調理で活用することが可能であり、潜在需要は多いことが予想される。
- 2 県内の契約農家の野菜や果物を使用するため、安心・安全であることが証明される。
- 3 野菜の集荷に関しては、吉藤の野本農園が中心となって、上野昆布に納入する。
- 4 製造したピューレ・ペーストは冷凍保存することが可能である。したがって、鮮度保持にも有効である。なお、パッケージデザインやロゴ等は今のところ未定で、今後検討する
- 5 野菜の栄養素も、そのまま維持され、ほんとうのおいしさも提供することができる。
- 6 活用場面を提案していくことにより、さらに新しい用途や市場の開発が可能である。
- 7 B,C級品の野菜を使用することで、契約農家が栽培した作物を全量、契約価格で買い取りする。
- 8 販売数量についても、2次加工を行う企業と年間契約を結び、効率的な生産と販売を行うことができる。
- 9 ピューレにすることで、食品残渣が非常に少なく、廃棄物処理や環境にも配慮した事業である。
- 10 2次加工の事業者間の連携も可能であり、新たな価値を創造できる。

貢献対象…新たな調理メニューや味覚を求めている消費者や事業者

貢献内容…県内産農産物を使うことで地産地消による食材の安全性確保と安心感

貢献方法…ピューレ・ペースト状にすることにより、新たなメニューや味覚を創造し、消費者に提供する。2次加工事業者間の新たな連携体を組むことも可能であり、新たな価値の創造につながる。

◆ 新商品のターゲット

当社の最大の強みは小分けノウハウである。惣菜などを一人用のパックにしており、この分野は大企業も追随しにくく、入りにくいため優位性と表現できる。今回の野菜のピューレ事業を進めていくと、現状予想される活用場面以外に、新たな価値が創造できる。

- (1) 旬の味覚をそのまま洋菓子や料理に生かす。
- (2) 生産者別、地域別の味の変化を楽しめる。
- (3) 得意先となるお店独自の味覚を表現可能。
- (4) 幼児、高齢者、療養中の患者に対する流動食としての活用が可能



医療・福祉分野に進出する。

◆ 新商品の開発と経営革新のステップ

① 新商品に関する設備導入

既存倉庫内に製造ブースを設置し、ピューレ・ペーストに関する機械装置のテスト運転をスタンバイさせ、試作品の製造を開始する。

1 試運転と製造テスト

試作開発したピューレ・ペーストを、料理や和洋菓子での新メニュー、新製品の企画開発の取り組む企業に納入する。

2 効率的な設備運用

機械装置が故障なく稼働し、作業に関する手待時間もゼロになるように、作業手順やメンテナンス等をマニュアル化していく。

② 既存顧客への販売

既存顧客200件に新商品を告知し、定期的なプロモーション活動を実施する。

1 顧客への要望の対応

顧客にニーズに適合した商品を発送していき、新たな要求事項にも速やかに対応できる体制づくりをしていく。

2 担当営業の確立

販売量が増えて専属の担当営業を採用し、新規顧客の開拓を実施する。

③ 新規顧客開拓

新商品の特徴をアピール、新規顧客を開拓し、売上・収益をアップさせていく。

1 調味料商品での開拓

ピューレを活用し、新たな調味料を製造しようとする顧客との取引が可能となり、要望に応じた粒の大きさや味覚等をもりこんで納入していく。

2 ペーストでの開拓

ペーストを切り口に、和洋菓子、パン店が生地に練りこむ等新しい価値を消費者に提供でき、新商品が次々に開発される。

④ 契約農家の拡大

製造量を確保するだけの野菜や果物を納入してくれる農家と契約し、取引量を拡大しつつ全量買取の体制にもっていく。

1 契約量の確保

契約した農家と継続的に一定量納入してもらえるように、円滑なコミュニケーションを心がけていく。

⑤ 小分けパックのテスト化

ピューレ・ペーストが顧客の希望するパックにキッチンと充填され発送できるようにし、より顧客ニーズにみあったパッケージ化を目指していく。

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

Staff voice

◆支援に携わったスタッフの声

愛媛県産の農産物海産物を使用した一次加工食品としてのピューレを商品化しようとしている企業さんがいると地元の経営コンサルタントから紹介を受けました。

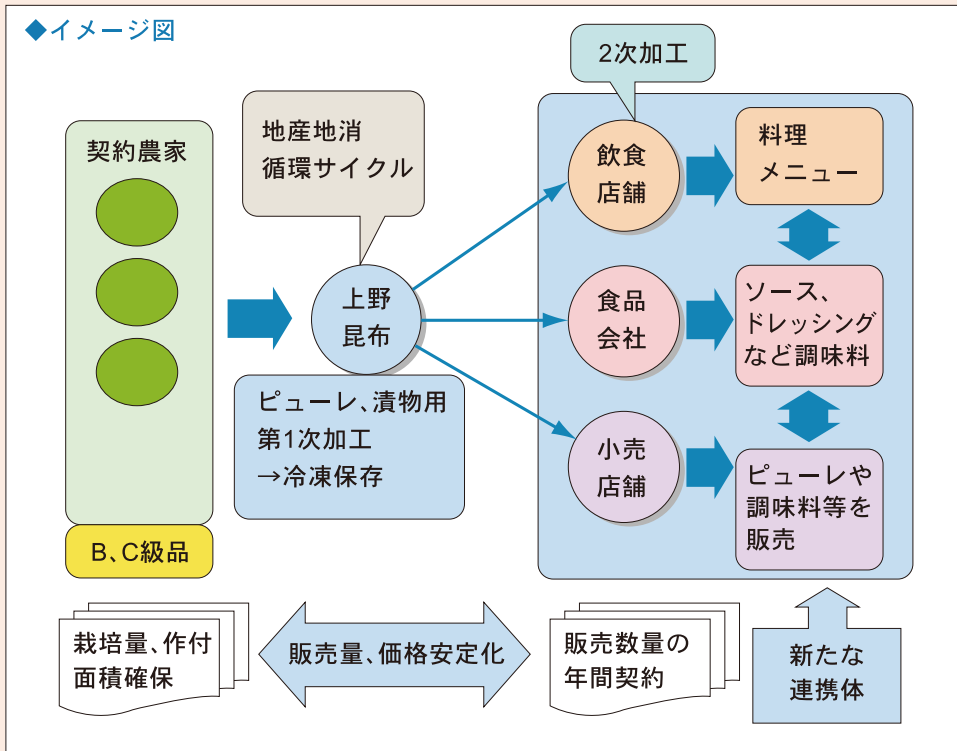
同行をお願いして企業訪問をし、社長の熱意ある新規事業の概要をお聴きしました。現状の卸業だけでなく食品加工業として社を発展させていきたいとの想いが伝わってきました。地産地消について日ごろから考えていたことをやっと実現するんだとの決意を聞いて、農商工連携の適用を見据えた経営革新を専門家の協力を得

て策定し、経営の体質強化、新規事業への取り組みを支援することになりました。経営基盤をしっかりと持ちながら新規事業へ進出する準備をしてこられた社長の計画力と実行力に期待しています。



応援コーディネーター
小野 利博

◆イメージ図



まちプロキャリア 教育事業・経営革新

支援機関:新居浜商工会議所

支援内容:経営力の向上支援

支援区分:経営革新

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

リージョナルデザイン株式会社

Information

【企業概要】

社名:リージョナルデザイン株式会社

代表者:代表取締役 安孫子 尚正

業種:建築設計業(都市計画・まちづくり)

所在地:愛媛県新居浜市大生院2151番地の10
東予産業創造センター内

資本金:7,000,000円

設立:平成18年6月

従業員:2人

Regional Design.CO.,LTD



◆ 当社設立の背景、動機

社長は、東京都出身で社会人10年目の32歳のとき愛媛県にIターン。それまで都市計画事業のコンサルタント会社で業務対象である地方都市に行き、都市づくりの構想立案や社会調査の業務経験を積む。業務が終わると地域から離れてしまい、本当に地域に根ざしたまちづくりだったのか疑問を感じ、地方都市に移住する。そこで、自身の資

格や経験を活用できる公共事業の設計会社に就職し、地域での経験を積む。37歳のとき、愛媛県で生きることを決め、自分の経験や資格を活かし、市民活動を通じて地域コミュニティのシンクタンクを目指し、地域密着のまちづくりコンサルタントを起業した。常に、地域コミュニティから必要とされるコミュニティビジネスを考えている。

◆ 事業概要

リージョナルデザインは、都市計画業務経験を活かした技術士独立開業のまちづくりコンサルタントとして、平成18年6月に法人化した。受注型産業として、官公庁からの都市計画関係の役務提供、大手建設コンサルタント会社から計画業務下請けの実績を積み、最近の市民参加型行政志向を

背景に地域と協働することで官公庁からの業務受託機会創出に目を付け、業務の傍ら地域コミュニティの市場開拓として地域市民活動に参加し計画づくりや冊子物デザイン、活動団体運営を支援してきた。既存事業は次のとおりである。

- 1 都市計画関係の委託業務(官公庁および同業他社コンサルタント下請)
- 2 ワークショップを活用した市民協働事業の受託(行政や各種団体)
- 3 土木設計業務(同業他社コンサルタント下請)

大谷池ワークショップの展示風景



小松総合支所ロビー



西条市役所ロビー

◆ 経営革新事業の内容

地域密着型のコンサルタント活動を通じて、地域ネットワーク(市民、行政機関、地域企業、学校関係)を構築したことから、まちづくりコーディネートノウハウを活かして、人材育成事業に着手する。

新事業展開の背景として、業務受注が不定期な受注型産業だけでは、先行き不安であり、新たな役務提供による地域を相手にしたコンサルタント事業の必要性を感じたことである。そこで、リージョナルデザインが財団法人東予産業創造センター(以下センターという)内に本社を置いていることもあり、センターへ人材育成事業の役務

提供を行うなど、センターの事業目的に沿った、地域での人材育成事業をする上での関係機関との連携を図ることにより、事業展開が行いやすく、役務の新たな方式導入その他の新たな事業活動を推進することに繋がっていく。

役務の新たな方式である人材育成事業は、地域企業と教育機関とのマッチングコーディネートによりキャリア教育やインターンシップを行うものである。また、地域企業のニーズを調べた結果、U・I・Jターン機能とジョブカフェ機能が必要であることが明らかになっており、これらの役務提供も展開していく。



海南eタイムズの取材を受ける

リージョナルデザイン 早期工学人材育成事業に未春着手 地域力連携拠点で新居浜初の認定

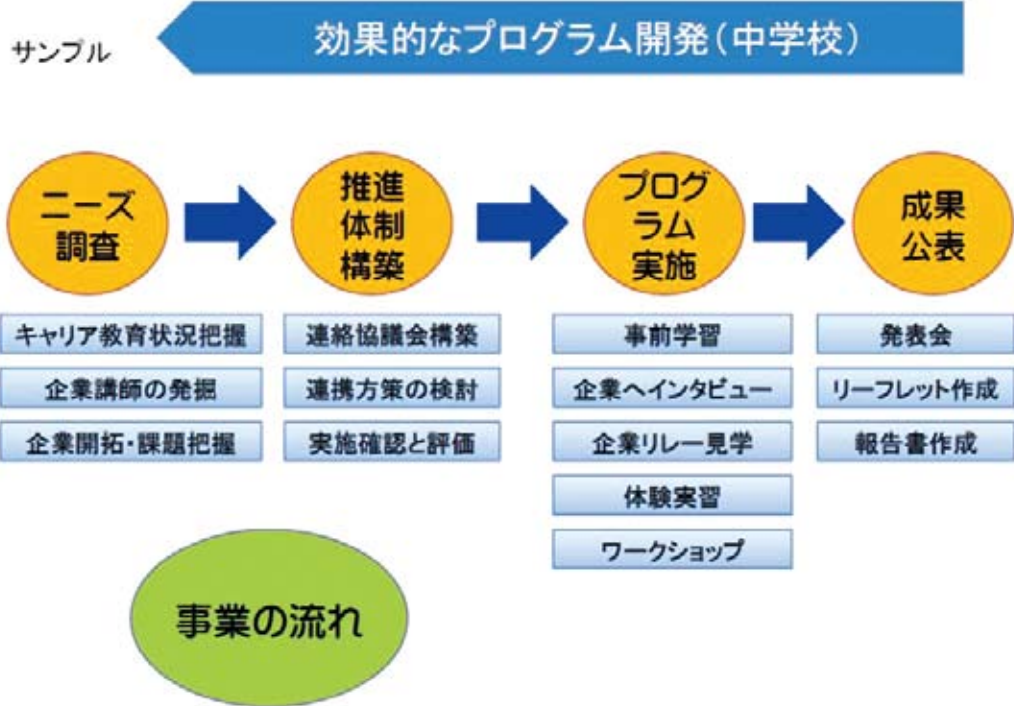
リージョナルデザイン(新居浜市大生院二一五一一〇、安孫子尚正社長)は、去年四月から早期工学人材育成事業に着手する。経済産業省が推進する地域力連携拠点の新居浜管内第一号として県から経営革新計画の承認を得たもの。地域企業や教育機関をマッチング……

◆ 経営革新計画認可後の事業進捗

経営革新計画認可後は、センターが進める産業人材育成事業に参画し提言・提案を行っているところであり、長期インターンシップ事業でも

活躍中である。

また、今後もセンターと共同体制で新事業展開を進めて行くこととしている。



◆拠点の具体的な支援内容

事業性は非常に高レベルで実現可能性は高いと判断し、経営革新計画の認定も問題なく推移した。今回の拠点としてのご支援は、その新事業の実現に向けたビジネスとして重要な資金面の支援であり、政府系、民間金融機関との連携により資金調達のサポートを実施した。事業の成功における要は、事業計画の妥当性は勿論だが資金面の調達が成功の可否を左右するという概念のもと支援を実施させていただいた。

◆拠点を利用した事業者の声

支援機関を活用させていただいて最も有効だったのは、経営革新計画が完成したことはもとより、その後の事業展開上必要であった、金融機関との連携が図れたことです。ベンチャー企業としては設立3年目を迎え資金繰りが苦しい時期に来ており、企業と銀行との二者の間に第三者である支援機関が入ることは、事業の妥当性判断に寄与するものであり、いい連携構築ができました。



代表取締役 安孫子 尚正

Staff voice 

◆支援に携わったスタッフの声

新居浜市における街づくり、人材育成には欠かせないベンチャー企業であり、今後は是非とも、行政機関、金融機関とともに連携させていただいて大きく羽ばたいて欲しいと考えます。ご相談にきていただいたことは、代表者にとっても創業3年目の壁に当たっていた時でもあり時宜を得たご支援ができたのではないかと思います。

(財)東予産業創造センターにおけるベンチャー支援と新居浜商工会議所の支援メニューのひとつである金融支援の両面の良さがでた事例ではないかと思います。

応援コーディネーター
矢野 幸治振興部振興課長
真鍋 曜

タオル素材の新たな付加価値を求め 異業種とのコラボレーションによる自社ブランド構築

支援機関: 今治商工会議所

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 経営革新

有限会社オルネット

Information

【企業概要】

社名: 有限会社 オルネット
代表者: 代表取締役 森 和子
業種: タオル雑貨販売業
所在地: 愛媛県今治市八町西2丁目2-23
資本金: 3,000,000円
設立: 平成12年
従業員: 11人



◆ 業界動向・背景

約1世紀にわたりタオルの地場産業として栄え、今日全国トップクラスのシェアを誇る今治地域であるが、平成以降の外部環境の変化に伴い各社ともに約十数年前より大きな岐路に立たされている。

その主因として後進国の成長があげられる。特に「世界の工場」と呼ばれた中国におけるタオル生産の増大は、その安い人件費から超安価商品を国内産とは比較にならない価格で輸入が始まった。数年間の驚異的な輸入量増大により国内メーカーは輸入規制(セーフガード)を政府に求めたが、願いが叶わず国内消費は現在では80%~90%以上が輸入タオルという現状である。ただ当初は中国の低い技術力から粗悪品評価で「ただ安い」と言われ国産ブランドの地位が守られていた時期もあったが、今日では技術面での遜色もほとんど無く厳しい戦いが行われている。

「価格では勝てない」「通常製品では技術的な優

位性が確立できない」というなかで、新しい高付加価値商品づくりを目指すべく一流デザイナーとの連携による自社ブランドの確立・新素材開発等を通じた差別化商品を各社とも目指している。

また昨年、中国製品の品質問題が取り沙汰され若干国産品に風が吹いてきた感はあるが、輸入量が激減するまでには至っていない。



さらに国内流通も大きく様変わりしている。かつてタオルメーカーは大阪・名古屋・東京の間屋へ卸販売が中心で完全な下請け関係が構築されていた。

しかし間屋も消費者に受け入れられる為に「あくまで価格訴求に徹する」という考えの下、中国製にシフトした結果、国産タオル取引が激減し、国内タオルメーカー倒産及び廃業が増大した。

流通変革の嵐は問屋間の価格競争を結果的に助長させ、あわせてIT化の波と相俟って大阪の繊維問屋も倒産・廃業するという共食的な状況が発生し国内産タオルメーカー・問屋も大変な状況となっていた。そこで流通も自らが販売しなければ生き残りの道は無いと判断したタオルメーカー各社は、東京市場を重点ターゲットとし直販体制を整備し今日に至っている。

◆ 創業の経緯及び事業概要

平成12年創業の有限会社オルネットは、業界に大きなうねりが生じているなか(約20年前500軒以上あったタオルメーカーが、平成20年末には120社に激減)中国製低価格の輸入攻勢や流通経路の変革に対抗するべく、親会社の森清タオル株式会社から新商品開発・販売を目的に分離独立した会社である。同社創業者は森清タオル株式会社の前代表者の奥様で「タオルを買うのは女性、だからこそ女性の視点に立った新感覚で商品を作りたい」という理念のもとに、当時斬新なアイデアであった高級タオル素材を使い(オーガニックコットン等)ドックウェアの開発を始めた結果、その商品力は高く評価されニューヨークの展示会で2回の賞に輝く等注目された。

その後、繊維事業者向けの中小企業支援策が開始されると、その資金を活用しさらなる商品力向上(新ブランド構築)と販路拡大に向け東京圏を中心とした直販をスタートさせた。常に一步先の新感覚を取り入れた社長は、自社ブランド開発に

力を注ぎ、現在は“Dear Me”“OH Dear!”“雪花”といった3ブランド(加えて平成21年新ブランド発表「LAZURI」)を展開している。現在は売れ筋となった和洋折衷型の和ブランド「雪花」は、都内デザイナーの斬新なデザインと親会社が生み出す素材の高品質化により関連商品(雑貨等)への幅を広げ売上拡大につながっている。創業して8年目の同社はゼロからスタートし数億円の売上に達するビジネスを展開し、地場業者が生き残るための戦略としては模範的な企業といえる。常々社長が言われるのは、海外の安価な製品に打ち勝つには「自社ブランドのロイヤリティーの向上しかない」と断言され、特に都市圏を中心としたデザイナーの発掘に注力されている。

平成21年2月に開催される「東京ギフトショー」での新ブランド発表会が待ち遠しい。



◆ 拠点の具体的な支援内容

平成15年度～平成20年度に亘り、全国の中小繊維業者へ助成された助成金について施策活用方法及び事業計画書の作成方法、損益計画書の策定方法について支援を行った。その後は親会社を含めた経営全般面での支援を実施した。平成19年度に計画目標売上をほぼ達成し、さらなる売上拡大を図る為の方策及び経費面の削減方法、資金調達等財務面での支援を行った。

平成19年度は、新たな中小企業施策である『地域資源活用型補助事業』の制定により公募に関して施策説明を行い平成19年度に第2号認定を獲得した。さらに平成20年度には、地域資源活用型事業の新ブランド立ち上げの為の支援を実施し、合わせて(財)東予産業創造センターとの連携により地域資源活用型事業の補助金に関する支援を行った。

【主な支援内容】

Point

- ◎事業計画書策定支援
- ◎販路開拓に関する予備調査(他支援機関との連携)
- ◎資金調達に関する支援



◆ 拠点を利用した事業者の声

平成20年度に支援機関を活用させていただいて最も有効だったのは、本業以外の補助金申請やデザイナーとの契約作成及び留意点等不慣れな部分を多に活用させていただいた事です。また資金面や顧問税理士への説明においては企業側に立って詳細な説明をしていただきました。特に中期経営計画策定支援については中々目標が見えない中で、将来の灯りをともしていただき事業に邁進できた事は有難かったと思います。



森 和子 社長



Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

厳しい業界、先の見えない業界にとって新しい活路を見出す女性の視点にたった知恵とアイデアのビジネスが誕生しました。しかし一介の主婦であった彼女が社長という重責を担い東奔西走する姿はすばらしいものです。過去幾多の困難があり眠れない夜もあったと聞きますがそのご苦勞が身を結ぶものと固く信じています。

平成20年度には、補助金認定もいただき事業成功に向けて着実に進んでいます。

また複雑な補助金経理については経理担当者への詳細な説明を実施しました。特に過

去の事例から昨今の補助金は直接企業へ支援される傾向がある為、事前に詳細な説明をコーディネーターの立場からも実施し多額の助成金運用について経理面でのトラブル防止が必要だと思ひます。



応援コーディネーター
矢野 幸治

愛媛県産の栗の渋皮エキスを使った 国産初リキュールの製造販売

＝プライベートブランド「マリーン・スピリッツ」商品化への取り組み＝

支援機関:愛媛県中小企業団体中央会

支援内容:経営力の向上支援

支援区分:経営革新

経営革新事例

地域資源活用事例

農工商連携事例

見えない資産活用事例

桜うづまき酒造 株式会社

Information

【企業概要】

社名:桜うづまき酒造株式会社

代表者:篠原 成行

業種:清酒製造業

所在地:松山市八反地甲71番地

資本金:35,000,000円

設立:昭和26年

従業員:20人



◆ 新商品開発の経緯

当社は、明治4年創業し昭和26年に現在の株式会社となった歴史ある酒造メーカーであり、日本酒、焼酎をはじめ発酵調味料(みりん)も製造販売している。

今回、中小企業団体中央会から愛媛県産の栗を原料とする機能性成分ポリフェノールを含む栗の渋皮から精製した粉末を紹介いただき、これを使った新しいリキュール類を限定製造販売するためにPB生産を計画した。

当社にとっては既存の栗焼酎がベースであり、自社の栗焼酎の製造技術を応用し、1タンク単位での「マリーン・スピリッツ」(リキュール類)の生産が出来るため、製造面でのリスクが小さい。販売業者から瓶や包装材料を有償支給で調達し、受注量に応じて瓶詰・出荷作業を行うので、これら

の材料費の在庫リスクも回避される。

また、愛媛県産の栗で造った栗焼酎を、自社の新商品として既存の弊社関連会社「うづまき商事株式会社」の販売チャンネルで販売する。



◆ 既存事業との相違点

一般的なP B生産商品は、低価格志向のため生産量や操業度を維持するメリットがあるが、付加価値が低いというデメリットがある。

今回のP B生産商品は、特定顧客をターゲットにした限定商品であり、その用途もイベントの記念品、贈答品が主になるので、販売価格が高く設定されている。従って、P B生産商品の出荷価格も従来のものより高く設定され、付加価値の高い新商品となる。

愛媛県産の栗を原料とする栗焼酎に機能性成分ポリフェノールを含む栗の渋皮から精製した

粉末を漬け込んだ新商品「マリーン・スピリッツ」(リキュール類)を開発し、特定顧客を持つ販売業者のプライベート・ブランド(P B)商品として生産・出荷する。

付加価値の高いP B商品を開発・生産することにより、収益性および付加価値生産性の向上を図る。

また今までは、中国産の栗を使った栗焼酎を製造販売していたが、今回は愛媛県産の栗を使った栗焼酎も自社新商品として販売する。

◆ 新商品の特徴と販売方法

新商品「マリーン・スピリッツ」は、既存の1年もの栗焼酎に栗の渋皮から精製した粉末を1ヵ月間浸漬することにより、「3年もの」「5年もの」と同等なコクが生まれることが特徴である。平成20年に製造した試作品は、海上自衛隊を中心とする特定顧客から好評を得ている。

販売方法は、海上自衛隊艦船の就航や退艦時に

艦船をデザインした特別な瓶に「マリーン・スピリッツ」を詰めて、記念品として販売される。また、お中元・お歳暮用として同じく艦船をデザインした瓶で海上自衛隊の隊員を対象として販売される。

さらに、販売業者は、海上自衛隊の基地がある地区の飲み屋さんへの販売を計画している。



「商品サンプル1」



「商品サンプル2」

◆ 新商品の開発と経営革新のステップ

① 新商品「マリーン・スピリッツ」の開発・生産

1 マリーン・スピリッツ製造免許

当社が既に高松国税局より取得しているリキュール製造免許で製造ができることを確認。

2 愛媛県産の栗の調達

愛媛県産の栗を原料とした栗焼酎を製造するため、県内業者から対象の栗を調達する。

3 栗焼酎の仕込み

既存の栗焼酎の仕込みにマリーン・スピリッツ用2タンク分を加えて仕込みを行う。

4 マリーン・スピリッツの生産

販売業者より栗の渋皮から精製した粉末を調達し、栗焼酎のタンクに漬け込む。1タンク分(720ml×5,500本)のマリーン・スピリッツを製造する。1ヵ月後より出荷が可能となる。

5 マリーン・スピリッツの営業活動

提携した販売業者が、永年、取引実績のある海上自衛隊の各基地より、イベント用・贈答用として、マリーン・スピリッツの受注を獲得する。1年目は既に何件かの予約を獲得している。さらに、基地周辺の飲み屋さんへの売り込みを行う。

販売提携先 有限会社ハヤシスポーツ 代表取締役 林 裕之
本社 京都府舞鶴市字引土300

② マリーン・スピリッツの受注・出荷

1 マリーン・スピリッツの受注

販売業者が特定顧客への営業活動を行い、受注が確定した分を当社へ発注する。

2 瓶の有償支給

販売業者は、受注が確定した分の瓶を調達し、当社へ有償で支給する。

3 マリーン・スピリッツの瓶詰・出荷

受注が確定した分の瓶が支給されたら、当社はマリーン・スピリッツの瓶詰と梱包作業を行い、販売業者へ指定納期に運送便にて出荷する。

4 瓶のデザイン加工と包装

販売業者は、瓶に艦船のデザインをレーザー加工にて行うとともに包装作業を行う。

5 出荷代金の請求と回収

出荷実績に基づき代金の「請求書」を販売業者へ発行し、取引条件に基づいて代金回収を行う。

③ 愛媛県産栗焼酎の生産販売

1 愛媛県産栗焼酎の仕込み

既存の栗焼酎の仕込みと同じ技術方法で行う。

2 愛媛県産栗焼酎の瓶詰

既存の栗焼酎の瓶詰と同じ技術方法で行う。

3 愛媛県産栗焼酎の販売

自社の新商品として既存の弊社関連会社「うづまき商事株式会社」の販売チャンネルで販売する。



Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

愛媛県産の栗の渋皮のエキスを焼酎に使用したいとの希望をもたれていた(有)DMナッツコーポレーションの製造部長と、その販売権を譲渡した先の(有)ハヤスポーツの社長が共に当中央会を訪れ、国産初の新商品「マリーン・スピリッツ」の開発・生産・販売について熱く語られました。完成の見込みはすでに付いており本格的に製造を引き受けてくれる蔵元を探してほしいとのことでした。

応援コーディネーターが愛媛県酒造協同組合の協力を得て、県内の蔵元でPB生産を引き受けてくれるところを探したところ、「桜うづまき酒造(株)」の社長が引き受けてくださるようになりました。

三社の意見を調整するとともに、当社の経

営革新計画を専門家をお願いしながら策定し、本格的に取り組むこととなりました。

「マリーン・スピリッツ」が愛媛県産栗の有効活用や両社の売り上げ増に貢献できる商品として、これから伸びることが期待されています。



応援コーディネーター
小野 利博

地ビールを活用した フィズで地域と業界を活性化

＝ 自社で生産する地ビールと地元農産物を原料としたリキュールの製造と販売への取組み ＝

支援機関: 愛媛県中小企業団体中央会

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 地域資源活用

水口酒造 株式会社

Information

【企業概要】

社名: 水口酒造株式会社
代表者: 代表取締役社長 水口 義継
業種: 酒類製造業
所在地: 松山市道後喜多町3-23
資本金: 20,000,000円
創業: 明治28年
設立: 昭和46年
従業員: 80人



◆ 当社設立の背景、動機

水口酒造は、明治28年(1895年)に初代水口政太郎によって道後の地に創業され、日本酒『仁喜多津』の製造が開催されて以来、100年以上道後唯一の蔵元として、味にこだわった地酒作りに取り組んできた。昭和46年に『水口酒造株式会社』に名を改め、現在の代表取締役社長水口義継氏に到るまで、その日本酒製造の歴史は連綿と受け継がれている。

しかし、近年の酒類製造業界は、消費者の嗜好や販売形態の変化、商品選択の多様化、グローバル化の進展等による大きな経営環境の変化に直面している。また、国内における日本酒需要の減少は著しく、酒造業者としてもこれらの変化への対応に迫られている。水口酒造株式会社も例外ではなく、日本酒消費の落ち込みに対し、対策を迫られてきた。

そこで、水口酒造では平成8年(1996年)6月にビール製造免許を取得し、道後ビールを開発。同10月には、酒蔵に隣接する形で、和風レストラン『にきたつ庵』をオープンさせ、11月には道後温泉本館横に『道後麦酒館』をオープンさせた。自社で製造する日本酒

多彩な商品ラインナップで、消費者層の拡大を図る

と地ビールを提供する環境を整え、製造から消費へ繋がる流れを自ら作り出し、この厳しい環境変化へ積極的な対応策を打ち出し、実行している。

スタッフが協力して完成させた道後地ビールは高い評価を得、道後地域のイメージアップに貢献する商品にまで成長した。水口酒造は、更に商品の幅を広げるために、この道後地ビールを活用した【フィズ】の製造を手掛ける。これは、日頃飲酒の習慣をあまり持たない女性もしくは若年者を対象とした試みで、軽い食前酒としてこの【道後フィズ】を提供することで、水口酒造の認知度を高め、更には日本酒を知ってもらおう呼び水として製造するものである。現在のところ、『ライム』『サクラ』『チョコレート(期間限定)』『トマト』、そして『スイカ』の【フィズ】が開発されており、販売が行われている。

今後は、地元愛媛の農産物を原材料とした【野菜・フルーツフィズ】を作ることで、種類を増やし、バラエティ豊かな商品とし、道後地域のイメージアップを図り、また、原材料生産地の認知度アップにも貢献していく。

◆ 今後の事業展開

地域資源を活かしたイメージアップを図る

水口酒造が10年以上かけて築き上げてきた地ビール生産技術を活用して、より多くの野菜・フルーツを利用した【フィズ】を製造する。原材料として地元愛媛の農産物を活用し、水口酒造がある道後地域だけでなく、原材料生産地の

イメージアップも視野に入れたものとする。
また、販売においても全国の百貨店を始め、飲料店、酒販店、直販を中心に販路を拡大し、新規需要の開拓を目指す。

1 販路開拓

バイヤー・消費者を対象とした試飲会等でのアンケート調査等を実施するとともに、需要動向・予測、嗜好等のマーケティング調査の分析・評価等を行う。

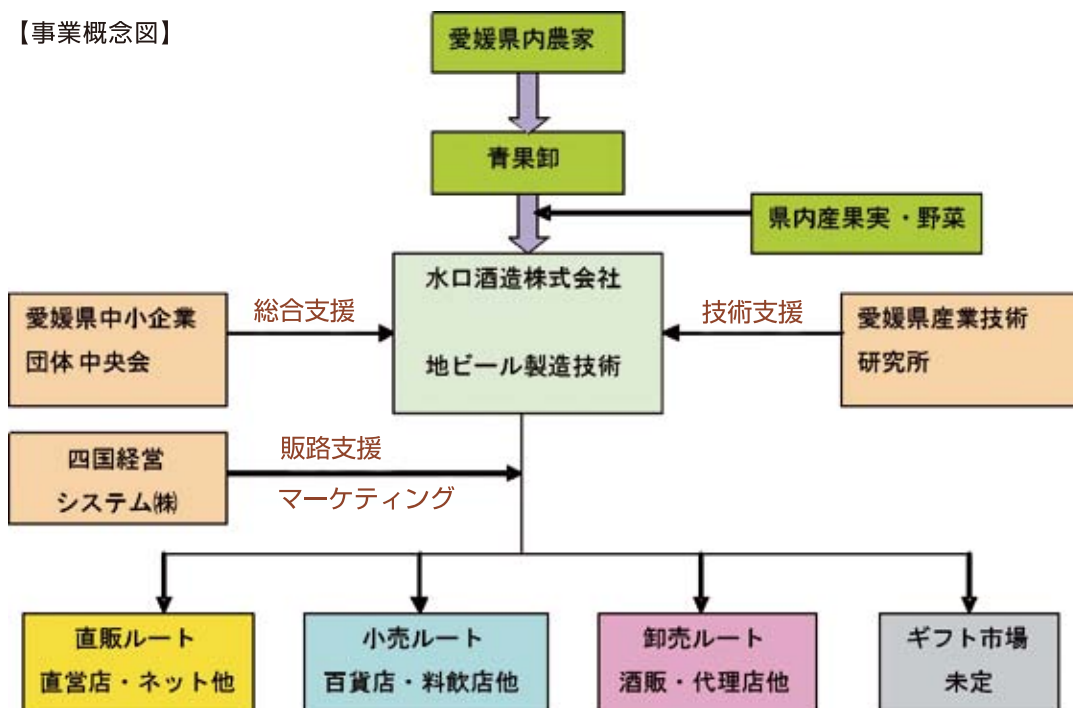
2 製品の改良・開発

松山を代表する農産物を使った【フィズ】の研究開発を行う。試作品については、愛媛県産業技術研究所に品質評価を依頼し、アドバイスを受けながら量産化が可能な商品への改良を行う。
また、消費者モニターによる求評を行い、その結果を商品作りにフィードバックさせる。出来上がった商品については、製法特許の出願を検討する。

3 事業PR

地域資源活用支援事業で準備されている商談会や、アンテナショップ等の販路開拓支援の機会を活用して、新商品の周知を図る。
また、補助金を活用して各種展示会に出店した周知も行き、実需に結び付けていく。

【事業概念図】



◆ 拠点の具体的な支援内容

各支援機関での連携した支援

① ビジネスプランのブラッシュアップ



まず第1回のヒアリングとして現地訪問を行い、水口社長の意向を伺った。そこで、『水口酒造の地ビールを使った【フィズ】の幅を広げたい』『【フィズ】の販売を日本酒等他の酒類の認知度向上につなげ、酒類製造業界の活性化を図りたい』『地域の農産物を使うことで、生産農家の認知度向上につなげたい』という強い思い・理念が明らかになった。そして、その実現に向けて、以下の課題についての確認を行い、認識の共有を図った。

【主な検討課題】

Point

- ◎当事業における、事業内容、目標設定(期間・経費・売上等)、支援体制等について、数字を立てた具体的な計画案を作成する。
- ◎女性向け【野菜・フルーツフィズ】の製造に適切と考えられ、かつ、常時安定した仕入れが可能と考えられる地元農産物を選定する。
- ◎製造する【フィズ】の認知度向上を図るための、広報手段(各種品評会・マスメディア・農産物生産地での支援)を検討する。

② 複数の視点による支援体制の確立



愛媛県中小企業団体中央会・中小企業基盤整備機構の2団体による半年を越えるブラッシュアップを実施し、地域資源の認定に至った。

また、今後の事業実施に当たっては、新商品の品質調査を愛媛県産業技術研究所の協力により実施し、市場のマーケティング調査等については四国経営システム株式会社の協力をもって、実施することとした。

③ フォローアップ

水口社長の熱意と努力が実り、地域資源の認定に至ったが、今後当事業を実施するには実務的な支援が必須となってくる。また、事業実施のアドバイスや各種機関との連携におけるジョイントとしての役割など、多面的なサポートを継続して行っていく必要がある。

◆ 拠点を利用した事業者の声

人と人のつながりを感じて

今回の申請にあたり、多くの人の協力を得ることができたことが、認定に至った最大の要因であったと考えております。事業スキーム作成から、申請書のブラッシュアップまで、具体的なアドバイスをいただいた中小企業基盤整備機構の木村プロジェクトマネージャー、地域コーディネータの小野先生、愛媛県中小企業団体中央会の皆様には、深く感謝しております。

本事業は、当社で製造及び販売を行っている地ビールの製造法を利用したもので、より多くの方に道後を知ってもらい、また、農産物を作られている地域を知ってもらいたいという思いからはじめたものです。現在既に、各種【フィズ】を生産しておりますが、消費者の方により多くの選択肢をご提供し、また、より多くの素晴らしい愛媛県産農産物をご紹介したいと考え、新たに地域資源を利用した【フィズ】の生産を計画いたしました。

今回の事業を立ち上げるにあたり、本当に多くの方の協力を得ることができました。今後の



水口酒造株式会社 代表取締役 水口 義継

実施に関しては、更に多くの方の協力をお願いすることになると思います。一人では成し得ないことも、人の協力があれば成し得るのだということを、しみじみと実感いたしました。今後、より多くの【フィズ】を製造、販売することで、今度はこちらが、愛媛県の良いところを県外に広め、貢献していきたいと考えております。

Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

常に前向き、元気に！

現在、酒類製造業界は、全体的な消費の減退や販売形態及び消費者嗜好の急激な変化など、非常に厳しく、また、変化に富んだ経営環境に置かれています。それは水口酒造株式会社においても例外ではなく、10年以上前から、新商品を多数開発することで、その対応に取り組まれております。その水口社長と、今回このような形で一緒に仕事をさせてもらったわけですが、常に前向きに考え、「できるようにする」その姿勢には、私も大いに学ばせてもらいました。

今回は補助金申請に向けて、幾度となく申請書の修正や、提出に必要な書類の作成など、日々の業務をこなしながらの煩雑な作業をお願いすることになりました。しかし、不平一つ言うでもなく、「こうすればできるんですね」と、持ち前のプラス思考で取組んでいただき、お手伝いする側としても非常に気持ちのよい

仕事をさせていただきました。申請書自体も、現状を整理した上で具体的な目標数値を立てたものになっているので、今後の事業展開においても一資料となるものと思います。



応援コーディネーター 小野 利博

どんな仕事においてもそうですが、今後具体的に事業を実施するにあたり、計画段階では顕在化していなかった大小様々な問題も生じてこようかと思えます。その時には、フォローアップという形でまた、お手伝いさせていただきたいと思えます。

道後地域及び酒類製造業界活性化の呼び水としての、本事業の成功を心から願っております。

経営革新事例

地域資源活用事例

農商工連携事例

見えない資産活用事例

自社ブランド「ゆら鯛」を活用した 加工品による高付加価値化戦略!

＝ 立地条件の良さと独自手法で養殖した高品質マダイでの「鯛の塩釜焼き」の製造販売 ＝

経営革新事例

支援機関: 愛媛県商工会連合会

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 地域資源活用

地域資源活用事例

農工商連携事例

見えない資産活用事例

宝水産 有限会社

Information

【企業概要】

社名: 宝水産有限会社
代表者: 代表取締役 織田 直
業種: その他の水産食料品製造業
所在地: 南宇和郡愛南町家串1121
資本金: 5,000,000円
設立: 平成13年9月
従業員: 12人



当社の養殖いかだ

◆ 当社設立の背景、動機

当社は、リアス式海岸で波静かな内海が広がる由良半島という恵まれた自然環境を背景に、昭和45年、個人企業としてハマチ養殖を開始した。その後、タイ、シマアジと魚種を増やし、松山中央卸売市場等の水産市場をメイン顧客とし順調に養殖活魚での売上げを伸ばしていった。その間、漁価も高値安定し高い収益性を維持してきたが、経済の低迷、消費者の魚離れ、産地間の価格競争等を背景に収益性は悪化をたどっていった。こうした中、平成13年9月には宝水産有限会社として法人化し、単なる活魚販売では事業継続は困難になるとの判断で、事業の高付加価値化として鯛フィーレ等の水産加工販売に着手した。いわゆる1.5～

2次加工への取り組みで、結果として会社全体の収益性は改善された。

一方、水産加工業として事業が順調に推移するなか、身質の良さを評価頂いた活魚・鯛フィーレ等の加工品の販売先から、「鯛の塩釜焼き」を開発してはとの提案を受け、平成13年に更なる高付加価値化商品として、その試作品づくりに取り掛かった。しかし、輸送にも耐えられる形状にするため、しばらくは試行錯誤が続いた。ようやく平成14年卵白と塩を混ぜ合わせた生地との調合、その生地を詰める塩釜用の「型」の開発、オープンでの焼き温度・時間などの課題を解決し、本格的な事業化に取り組むことになった。

◆ 事業概要

まずは贈答品、祝い席・ホームパーティ等での一品料理としての需要を狙い、通販業者の協力のもと、テストマーケティングを実施した。そこからの消費者の声を収集し、「大」「中」「小」のサイズや、パッケージングを改善し、商品としてブラッシュアップを図っていった。

開発する鯛の塩釜焼きは、自社一貫体制での製造、鮮度の良い商品を提供するため受注生産方式、当日製造・当日出荷が特徴となっている。

製造の流れは以下のとおりである。

- ① 自社の養殖いかだの鯛を、沖から網ごと船で水揚げし、メタ後、氷水で引き締め加工場に持ち込む。
- ② 内臓を取る。
- ③ 卵白と塩を混ぜ合わせ、鯛を包む塩を作る。
- ④ 型に包み塩を詰め、その中に鯛を入れしっかりと力をこめて固める。
- ⑤ オープンで焼き上げ、冷却後にパッケージングする。

また、当社で生産する養殖マダイばかりでなく、全国的にも知名度の高い宇和海産天然マダイや、藻塩、天然にがり塩での塩釜を追加し、商品ラインナップを充実化させている。さらに、**稚魚から水揚げ・加工まで一貫して管理、成長を見極めながら自家製の餌を使用、いけす当たりの数を少なくストレスを排除した飼育**、といった独自の対応で

鯛そのものの味の良さを引き出せる点も特徴となっている。さらに、余計な添加物はいっさい使わず、手造りの技と手間ですし焼きされる製造方法と合わせ、飼料・健康状態チェックなどの飼育履歴管理が確認できるトレサビリティ・システムを導入し、消費者の安全・安心ニーズに答えていることもアピールポイントとなっている。



由良鯛の飼育管理の特徴

◆ 鯛の育成

宝水産有限会社では、信頼のおける県内の稚魚の育成会社から、稚魚を購入し、約6cmの体長から成魚になるまで育てている。一つのイケースには約1万2000匹の稚魚がおり、体長が大きくなるにつれ、イケースの中を適度な鯛の密度になるように、各網に鯛を分けていく。水深10mのところまで稚魚から育て、約2年で出荷を迎える。



◆ エサ

鯛には、1日おきに給餌する。鯛の成長段階により、与えるエサも違う。なお、与えるエサの種類ドライ(固形のエサ):生育段階により内容物や大きさが異なる。モイストペレット(生エサ):栄養剤(ファフィア酵母)、まだい育成用配合飼料、イカナゴやイワシといった小魚、アミエビなどをミキサーで混ぜ合わせた自家製エサ。成魚は、非常に食欲旺盛なので、エサづくりにはほぼ一日を費やす。



◆ 過密養殖を避けた薄飼い

ウイルスや伝染病の蔓延を防ぐために過密養殖を避けている。抗生物質は場合に応じて使うこともあるが、現在は、ほぼ使っていない。

◆ 専門ソフトによる養殖履歴管理

養殖管理の専門ソフトを導入し、給餌の内容や給餌日、エサの量、匹数管理、健康管理などを行っている。このことにより、万が一にイケースの中で異常などがあった場合、問題箇所を究明することができやすくなる。



◆ 網の清掃、修理

網にはフジツボや海草などがつきやすく、海中では短期間の周期で掃除を徹底している。陸上にて破れた網の修理や、海中にもぐっての修理・清掃も定期的に行っている。



◆ 拠点の具体的な支援内容

各支援機関での連携した支援

① 地域産業資源活用事業計画の認定に向けた協力関係づくり



経営者は単なる養殖業からの脱皮、自社加工商品での収益性の向上に強い意欲を持ち、地元愛南町の地域貢献につながる事業として、「鯛の塩釜焼き」を成功させたいとの熱意は並々ならぬものがあった。しかし、本格的に域外市場（主として首都圏）に販路を求め、成功を確実なものとするには、マーケティング戦略に基づく商品改良等が不可欠であり、同事業計画の認定を受け様々な支援を活用することを提案し、経営者もぜひ挑戦したいということになった。

認定を受けるための条件である

- ① 新規参入者に対する参入障壁としての独自技術(特許)等の技術的な裏づけ
- ② 市場性を証明するマクロ的な裏づけ
- ③ 塩釜焼きの新規性(他社との違い)の裏づけ

をクリアーし、十分な収益性が確保できるかを、中小企業基盤整備機構四国支部の富田地域振興部長と木村プロマネ、愛南町役場産業振興室の中村室長他2名、愛南町商工会の岩上経営指導員参加のもと検討し、同事業計画の認定に向けご協力を頂けることになった。

② 地域産業資源活用事業計画の作成支援



上記の3条件の明確化と、ビジネスプランのブラッシュアップを図りながら地域資源活用事業計画として仕上げていくため、専門家(中小企業診断士 上田保氏)の協力を得ながら同事業計画認定申請書の作成支援を行った。

③ フォローアップ

経営者の熱意と努力が実り、第8回の平成20年度地域産業資源活用事業計画の認定がほぼ受けられる状況となった。今後は、地域資源活用売れる商品づくり支援事業(補助金)の申請支援を行う予定である。また、当事業の進捗把握等により、当事業活動全体の支援のため定期的に訪問していく予定である。

◆ 拠点を利用した事業者の声

養殖業での自立化をめざし始めた「鯛の塩釜焼き事業」ですが、成り行きで行き当たりばったりの事業展開という感が否めませんでした。今回、地域産業資源活用事業計画として、一から事業内容を見直し、ビジネスプランとして整理できたことは意義深いものとなりました。支援のなかで、ビジネスプランづくりのプロセスを知ることができたのも貴重な経験であり、今後の事業展開でも役立たせていきたいと考えています。

文書作成やマーケティング等について、親身になってアドバイスをいただいた、愛媛県商工会連合会の応援コーディネーターや専門家の先生、愛南町役場産業振興室長等のご指導に深く感謝しています。今回の「鯛の塩釜焼き事業」を足掛かりに、商品アイテムを拡充し食品加工業としての安定的な収益を確保できるよう、首都圏を中心とした販売を推進していく考えです。



織田 社長

今後とも、愛媛県商工会連合会から情報提供やアドバイスをお願いし、愛南町の地域活性化と雇用確保に貢献したいと思っておりますので、引き続きご支援を宜しくお願い致します。

Staff voice 

◆ 支援に携わったスタッフの声

愛南町は、産業の核である第1次産業の不振の影響を受け、活力低下が続いています。そのため、町を挙げての地域活性化対策を講じていますが、その一つが漁業の立て直しであり、地域産業資源活用事業計画の認定での支援策の活用を勧めています。

同社は早くから鯛養殖業を開始し、現在は加工での事業価値を高め経営体質の強化を図り、そのため、新規事業を行うだけの体力は持ちあわせており、今回の「真鯛の塩釜焼き」事業での収益性向上、町への貢献は大いに期待できるものと考えています。

経営者の熱意と愛南町のバックアップのもと、熱心な協議を重ね地域産業資源活用事業計画の申請に漕ぎ着けました。特に、慣れない文書作成や数値的裏づけ資料づくりでは多大なる負荷が掛かったと思われませんが、経営者の

熱心な取り組みで計画書が完成したものと感謝しております。

今後は、全国的にも高品質で知られるマダイ等を活用した自社ブランド商品として全国展開し、愛南町の地域資源活用ビジネスとして発展されますことを願っています。

応援コーディネーター
白戸 謙一

タオルの製造技術を活用した 特殊織物技術による服飾雑貨の開発・製造・販売

支援機関: えひめ産業振興財団

支援内容: 販路開拓

支援区分: 地域資源活用

工房織座

Information

【企業概要】

社名: 工房織座
代表者: 代表 武田 正利
業種: 製造業
所在地: 今治市玉川町鬼原甲55
設立: 平成17年11月
従業員: 5人



◆ 当社設立の背景、動機

当社代表は、40年近く今治市内のタオル会社に勤務、工場長としてタオルの製造に携わってきたが、海外製品に押される現状を目の当たりにし、従来品からの脱却を図るため、「コットンマフラー」の開発・製造を推進し、成功を収めた。

また、「コットンマフラー」の開発に並行して旧式織機の研究や復元なども行い、旧式織機には、高速革新織機ではできない技術の可能性があることを確かめていた。その後、タオル会社を退職し平成17年に「工房織座」を設立したが、これまでの経験を生かした独自技術による独自商品の生産・販売を行うことを経営方針としている。



◆ 事業概要

当社では、昭和初期に稼働していた旧式の着尺一列機織機きじゃくいちれつはたおりき「豊田式織機」を使用している。豊田式織機とは、昭和の初期に豊田佐吉りきしよつきにより作られた力織機である。しかし、現在、稼働している織機はほとんどなく、当社では廃棄処分され壊れている状態の織機を買い取り、復元し、改良することで、オリジナルの着尺一列機織機を製作した。

旧式の着尺一列機織機による独自の織り技術の研究の結果、新たな織り技術が確立され、この技術を用いたマフラー、ショール、帽子などの製品開発に着手、製品化し販路開拓を行ってきた。

今後もこれまでの取組みを踏まえ、特殊織物技術を活かしつつ、顧客ターゲット拡大を見据えたデザイン・素材などの面で商品バリエーションを増やした服飾雑貨を開発・製造する。また、展示会への出展やテストマーケティングにより更なる顧客ニーズの把握を行い、販路を開拓するとともに、パッケージを含めたデザイン面の改善、販売チャネルの見直しなどを行うことにより、売上の拡大を目指す。



旧式織機



◆ 商品概要

当社は「もじり織り」「よろけもじり織り」「筒織り」という独自の織り技術を用いながら、マフラー、ショール、帽子などの商品を生産・販売している。

もじり織り

もじり織りとは、二本のたて糸がよこ糸ともじり合ったように絡んで組織する織り方である。一見、粗い組織形成のように見えるが、たて糸、よこ糸がそれぞれ絡みあっているため、糸の素材感、柔らかさを残しながらも、非常に丈夫な織物に仕上がる。



筒織り

着尺一列機織機は、日本の反物のサイズでもある約40センチ巾より織物が作られている為、耳の縫製が不要となる。高速革新織機の場合は、2メートル近い巾から織られるため、必ず耳部分の縫製加工が必要となる。

縫製処理をすると、その部分が堅くなってしまいます。マフラーは直接首もとに巻かれるため、縫製した硬い部分が肌に触れると、ゴロゴロするような違和感がある。また、縫製をかけることで、タオルやハンカチのような雰囲気となり、マフラーとしてのデザイン性や、機機能が損なわれてしまう。

筒織りをする場合も同様、縫製を一切施していない。通常、筒状の織物を作る場合、一枚の布を筒にし、重なった部分に縫製をかけて筒状の織物を作る。しかし、旧式着尺一列機織機では、織っている状態から筒状に作られる。この技術を使い、コットンキャップ、ショールを製造している。



よろけもじり織り

当社では、もじり織りの技術に応用した独自の技法「よろけもじり織り」により、糸の形成が揺らいだ織物の研究開発をしてきた。当初たて糸が波のようにゆらいだ「たてよろけもじり織り」の開発に成功し、商品化し人気を集めた。

その技術をさらに発展させ、たて糸、よこ糸ともによろけを形成させた織物「たてよこよろけもじり織り」を昨年完成させた。たて糸、よこ糸ともによろけを形成させることで、一見凹凸感のあるような、幾何学的な模様を浮かび上がらせることができる。この「たてよこよろけもじり織り」は織物業界では初めて成し遂げた、現在当社でしか織ることのできない織物である。



◆拠点の具体的な支援内容

地域資源活用事業計画認定申請へのサポート

当社の技術は今治地域の地域産業資源であるタオル製造技術を活用しており、製造技術および技術を活用した製品は独自性が高いことから、地域資源活用事業計画への認定を打診したところ、ぜひ挑戦したいとのことであったため、認定申請の支援を行うことになった。

具体的には以下のような支援を実施した。

1 事業計画作成支援

- ◆ 市場ニーズなど外部環境の分析、自社が保有する独自資源など内部分析の検討
- ◆ 当事業における方向性、解決すべき課題の検討
- ◆ 事業実施期間における、製品開発、マーケティングなどの実施内容、実施スケジュール検討
- ◆ 事業実施期間における損益計画、資金計画の検討

2 関係支援機関との連携

認定申請にあたっては、当社に対する経営、販促支援を行っている(財)今治地域地場産業振興センターや四国地域支援事務局など関係支援機関と一体となった支援を行うべく、関係者会議の開催、共同でブラッシュアップを行うなどの支援体制構築を行った。

◆ 拠点を利用した事業者の声

地域資源活用事業計画の認定申請書作成は業務の合間を利用して行いましたが、慣れない作業も多くかつ短期間で行われたこともあり、非常にハードでした。しかし、今回の取組みを通じて、頭の中にしかなかった事業に対する考えを整理し計画書という目に見える形にしたことで事業の方向性や今後の目標、実施すべき

事柄を明確にすることができました。今後は、今回作成した事業計画を着実に実行して当社の独自技術、独自資源をより多くの消費者に受け入れてもらえるようにするとともに、愛媛県、今治市という地域には素晴らしい地域資源があるということもPRしていきたいと考えています。

代表 武田 正利

Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

今治市の地場産業であるタオル産業は海外からの安価な製品の輸入に押され、生産量はピーク時の三分の一ほどに減少しています。こうした厳しい状況のなか、各メーカーは新製品の開発や販路の拡大などにより売上の維持・拡大に懸命に取り組んでいます。

当社はタオルの生産技術や新製品開発ノウハウを活用して、他にはない独自の生産技術と製品を生み出しました。今回、地域資源活用事業計画の作成は、当社代表の長女であり営業・企画を担当している武田英里子氏が行いましたが、初回の打合せで事業に対する真摯な取組み姿勢が感じられ、支援することが楽しみでした。事業計画作成に入ってから、深夜早朝など多忙な業務の合間をぬって事業計画書を作成し、数度の修正要請にもすぐに応じていただくなど、その対応には頭

が下がる思いでした。

これから、計画を実行していくこととなります。計画書の作成も大変な作業でしたが、計画を実行し目標を達成していくことはさらに大変です。今後も引き続き支援させていただきつもりですので、気軽に声をかけていただきたいと思います。



応援コーディネーター
越智 豊

地域産業資源

「白いも」を活用した新事業展開

＝新居浜・大島で収穫される白いもを活用した産官による新たなビジネス展開＝

支援機関：東予産業創造センター

支援内容：商品開発

支援区分：地域資源活用

株式会社プロップ

Information

【企業概要】

社名：株式会社プロップ
 代表者：代表取締役 白石 真奈美
 業種：菓子類及び農産物加工品の販売
 所在地：新居浜市久保田町 3-9-27
 資本金：10,000,000円
 設立：平成14年2月26日
 従業員：2人



◆ 商品の紹介

「白いも」とは、愛媛県新居浜市の新居大島（大島）で栽培されている食用の芋。サツマイモの一品種で「七福芋」とも呼び、表皮は白身を帯びている。甘みがやや強く、食味は良い。特に収穫後、貯蔵し、年を越える頃には、実が柔らかくなり、色も飴色を帯びてきて、ぐんと甘みが増す。しかし収穫量は他の品種に及ばない。また、大島では育つが、他の地では栽培が可能なものの、大島産に比べ食味がやや劣るといわれているが、土質の水はけに関係するといわれている。

※出典：フリー百科事典
 「ウィキペディア (Wikipedia)」より



◆ 新居浜大島とは？

新居浜市の東部の沖に浮かぶ有人島(人口約350人/2.13km²)で本土より約1.2km離れた燧灘に位置している。地形は100m前後の山々が海岸線に迫っており、平地は島の南部にわずかに存在し集落が集中している。瀬戸内海特有の温暖で多照寡雨の気候である。

村上水軍発祥の地ともいわれ、古くは海運の良港として栄えていた。別子銅山閉山前には別荘も多くあり、海水浴客で賑わっていたが、水産業、農業ともに衰退しており、現在では年々渡島者数も減り、島人口の減少、高齢化など深刻な問題を抱えている。



◆ 支援までの経緯

- 「白いも(七福芋)」は新居浜の大島で収穫できる特殊な品種である。
- 農村の過疎化により白いもの生産が将来困難な状況となる。
- NPO法人による「構造改革特区」認定を取得し特定法人の参入を実施。
- 平成16年12月「大島白いも特区」による白いもの生産に着手(NPO法人GOODWILL)
- 白いもの取り扱い及び販売を(株)プロップの設立により開始した。更に白いもから醸造された焼酎「あんぶん」を発売するが、白いもの出荷量は伸び悩む状況にある。

◆ 事業概要(プロジェクト化の推進内容)

- 平成19年9月東予産業創造センターにて「地域資源活用企業化コーディネート活動等支援事業」を申請し、中小企業基盤整備機構から採択を受ける。活用する地域資源は新居浜の「白いも」「黒米」。
- 白いもの用途拡大及び生産体制の強化を目的に、地元企業との連携強化による商品展開、地元活性化を計画した。
- 具体的には、都市圏を中心に流通、経営コンサルティングとして活躍される(有)アイ.ビー.エス 代表取締役 飯塚理夫氏をプロデューサーとして招聘し勉強会を数度に渡り開催する。野菜のスパルタ農法で知られる(株)永田農業研究所 代表取締役 永田照喜治氏やこだわりの食品を消費者へ届けるオイシックス(株) 商品開発チーム青果スーパーバイヤー 小堀夏佳氏から農法に関する指導や地方に埋もれる魅力ある食材紹介、展開事例について紹介を受ける。
- 「地域力連携拠点事業」にて、新居浜物産協会や地元菓子企業との連携で「白いも」を活用した新製品開発の試作など、プロジェクトとして本格スタート。
- 平成20年10月にえひめ産業振興財団から「チャレンジプラン」の採択を受け、白芋の成分分析や全国に向け情報発信できるよう、新たな菓子開発を目的に商品試作を実施している。



◆ 拠点の具体的な支援内容

- 地元菓子企業による「白いも」を活用した新製品を試作(18点)した。第三者評価を新居浜市役所(特に女性職員に参画頂き)にて実施した。
- 調査結果からサンプルの絞込みを行い、「香川・愛媛 せとうち旬彩館(東京都港区新橋)」での一般顧客を対象にした試食調査を実施(試作品4点)した。
- 更に「白いも(七福芋)」を新居浜の「地域ブランド」として構築するための活動を推進し、商標登録を検討している。



試作商品例／白いもチーズケーキ

- 新居浜物産協会と(株)プロップが中心のプロジェクトとして活動を充実し、更に大きな展開を図るべく「地域産業資源活用事業計画に係わる認定」の申請支援を行い、幅広い活動を目指す。
- 今後、各種調査結果を基に商品化の検討を予定している。



試食評価の様様

◆ 拠点を利用した事業者の声

東予産業創造センターの機能を自社のみならず物産協会の多くの会員が利用し、ネットワークの重要性を再認識しました。

①当社と食品加工メーカー及び菓子メーカーとのコラボレーションにより多くの菓子を試作できたこと、②専門家や新居浜市役所の協力を得て試作品の評価ができたこと、③えひめ産業振興財団の支援を得て白いもの成分分析や2度目の菓子試作に取りかかれたこと、④地域産業資源活用事業の申請により考えていた事業計画が書類になり整理されたこと等、多くのメリットがありました。

今後も支援機関や行政に協力頂きながら物産協会と協力し、新事業展開に取り組むとともに白いも(にいはま大島七福芋)を地域ブランドとして確立させていきたいと思っています。



プロップ 岡野泰典店長

Staff voice 

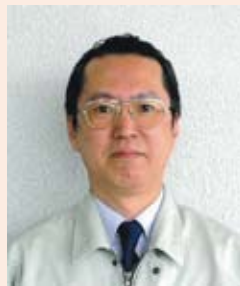
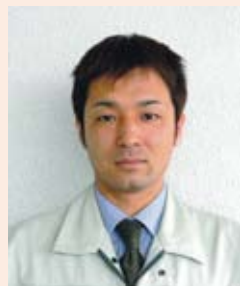
◆ 支援に携わったスタッフの声

「ものづくり」は「ひとづくり」から。そして「ネットワークづくり」から。東予産業創造センターの経営基本方針です。

(株)プロップさんを中心とした白いもを活用した地域ブランづくり、新事業展開は始まったばかりですが、これまでの取り組みから感じたことは、人のネットワークがいかに重要かということでした。

多くの菓子メーカーさんとの試作、食品加工メーカーさんによるペーストづくり、新居浜市職員の協力(特に女子職員)、新居浜物産協会との連携、えひめ産業振興財団の支援など多くの方や機関の協力によりここまで進んできました。

今後は地域ブランドとして「にいはま大島七福芋」が確立するよう、専門家の派遣や多くの方の協力も得てフォローアップしていきたいと思っています。

応援コーディネーター
村上 哲也応援コーディネーター
矢葺 広和

内子特別栽培農作物等認証の 完熟トマトを使った加工品の 製造販売で農家を元気に！

＝「トマトケチャップ・トマトソース」、「トマトアイス」の製造販売への取り組み＝

支援機関：大洲商工会議所

支援内容：経営力の向上支援

支援区分：農商工連携

株式会社内子フレッシュパークからり

Information

【企業概要】

社名：株式会社内子フレッシュパークからり
代表者：代表取締役社長 高本 厚美
業種：他に分類されない食品製造業
所在地：愛媛県喜多郡内子町内子2452番地
資本金：70,000,000円
設立：平成9年4月1日
従業員：48人



◆ 当社設立の背景、動機

(株)内子フレッシュパークからりは、内子町内産農産物や、パン・燻製食品・シャーベットなどの加工食品を所内にある直営レストランと有機的な連携を図りながら、当社が運営している直売所を通じて販売をしている。直売所の利用者は、地区内住民はもちろんのこと、遠くは松山市や宇和島市などから年間70万人を超え、うち70%はリピーターの方々の利用となっている。

現在の直売所における特産品等の販売比率は野菜類が約38%、果実類が約27%、加工食品等が約27%、その他が約8%となっており、昨今は特に持ち帰り用のギフト商品の要望が多くなってきた。そこで、直売所での販売以外に販路を拡大する為にも加工品販売を強化すべく、平成19年11

月に農林水産物処理加工施設を新設した。

一方農業生産者においては生産物の付加価値向上の取り組みとして内子町特別栽培農作物等認証※の完熟トマトの栽培を始めており、今回その完熟トマトを使用し新規加工商品の開発に着手した。「トマトケチャップ・トマトソース」、「トマトアイス」について直売所にてテスト販売をした結果高い評価が得られ、今回商品化、事業化を決意した。

今後は販路開拓を積極的にすすめ、デパート、専門店、飲食店等の業務向け、ホームページによるネット市場への進出も視野にいれている。販路開拓に当たっては、地域ブランドとして安心・安全・新鮮をテーマに農産物の特性を最大限に活

用し、量販市場ではなく小さなマーケットではありますが差別化、優位性を発揮することで確実な

需要が見込める販路の開拓を目指している。

※ 内子町特別栽培農作物等認証:国の表示ガイドライン(特別栽培農産物等認証制度)に沿って内子町が、農作物の栽培における内子町栽培基準から化学合成農薬及び化学肥料を30～50%以上削減して育成した安全性の高い農産物に対し認証を付与するもの

◆ 事業概要

内子町内の農家が生産する内子町特別栽培農産物等認証の完熟トマトを使って、(株)内子フレッシュパークからりが「トマトケチャ

ップ・トマトソース」「トマトアイス」等の新商品開発を実施する。



特産品トマトを活用したギフト用ケチャップ



特産品トマトを活用したアイス

加工を担当する(株)内子フレッシュパークからりと農家が連携し、定期的話し合いの場を設けてトマトの定植から収穫、品質の均一化、減農薬対策などを協議している。

加工生産においては最新の設備を活用した生産性並びに効率化の向上によって、コスト削減に努め市場における競争力の強化につなげていく。販路開拓においては積極的な展示会や商談会への出展により商品特性の周知性を高め、「内子からり」ブランドの普及と直販

体制確立のための通信ネットワークの構築を図っていく。

これらの取組みによって特産品であるトマトの加工品として付加価値を高めることによって、農家と(株)内子フレッシュパークからり双方の売上高、付加価値額の向上につなげることを目標としている。



平成19年11月完成の加工場外観



衛生的で機能的な加工場内

◆ 拠点の具体的な支援内容

① ビジネスプランのブラッシュアップ



最初に訪問した際に、代表取締役の高本氏と担当者の沖野氏から、内子産の完熟トマトを使った「トマトケチャップ・トマトソース」、「トマトアイス」に対する熱い想いを聴かせていただいた。今回の事業計画を何とか軌道に乗せ、成功に結びつけることによって農家の所得向上と(株)内子フレッシュパークからりの経営基盤の強化につなげたいという想いが伝わってきた。しかし、事業計画を実現させるには更なる検討が必要であった。

【主な検討課題】

Point

- 事業者と農家双方の経営計画・売上計画・資金計画を明確にする。
- 市場ニーズ・市場規模の調査および競合する類似商品との相違点・優位性を明確にする。
- 販路開拓の手法に関する検討。
- その他各種調査や専門家のコンサルタントに関する時期や費用についての検討。

② 農商工等連携事業の認定申請のサポート



今回の事業内容は2008年度からスタートした中小企業者と農林漁業者が連携し、相互の経営資源を活用して、事業者にとって新商品や新サービスを生み出すこと、工夫を凝らした取り組みを展開することで、それぞれにとって経営改善が見込まれることといった「農商工連携事業」にマッチするものであったため、農商工等連携事業の認定申請を行うこととなり、申請書の作成に関してサポートを行った。

③ フォローアップ

代表取締役の高本氏と実務担当者の沖野氏の熱意と努力が実り、農商工等連携事業の認定を受けることが出来た。今後は、委員会のメンバーとして事業推進のための協議・検討に積極的にかかわっていく予定である。

◆ 拠点を利用した事業者の声

農商工等連携事業に取り組んでよかったことは、農家も会社も一体となって頑張ろうという機運や連帯感が生まれたことです。

以前の、農家はただ作り出荷するだけ、会社は販売するだけから、お客様のためにいい農産物を作り、いい商品を提供しようという意識改革が芽生えてきました。これは本当にすばらしいことだと思っています。

また「農商工等連携事業計画に係る認定申請書」を国に提出し採択され事業がスタートできたのは、各支援機関や行政の職員や専門家の皆様方のサポートのおかげだと、とても感謝して

います。

トマトをきっかけとしてスタートしましたが、今後は、たくさんの農家が参加できる体制作りを行い皆様に喜んでいただける様々な農産加工品を販売していきたいと思っています。



代表取締役社長
高本 厚美氏

Staff voice 

◆ 支援に携わったスタッフの声

人々をつなぐ交流の場、道の駅「内子フレッシュパークからり」は内子町内の農家で採れた新鮮野菜や果実、手作りお菓子などが人気で、いつも県内外からのお客様で賑わっています。

その数、年間70万人。売上は年間7億円。その地域活性化に繋がる経営手法は全国から熱い視線を集め、視察研修の申し込みが後を絶たないそうです。そんな情報から想像する「内子フレッシュパークからり」の姿は成熟した大人のイメージでした。

しかし、今回私がお会いした高本社長と沖野部長代理のお二人から聞く言葉は、夢を求めて困難な道を切り拓き新しいものに挑戦する「開拓者」そのものでした。14年前、自治体からはなれ、「出荷者協議会」として立ち上がったときの目標が、「販売だけでなく、加工業も成功させる」というものであったそうです。その目標を忘れることなく、その夢の実現に向けて一步一步着実に努力されている姿に感銘を覚えました。成功に胡座をかくことなく次なる高みに向けて歩みを止めないその姿勢は見習うべきものがあります。今回の「農商工連

携事業」の認定を受けたことは、壮大な夢の実現にむけての緒についたにすぎません。今後、解決しなければならない問題や課題が多々発生すると思いますが、高本社長をはじめ関係者の方々の熱意と創意工夫で必ずクリアされることと思います。私も引き続き出来る限りのフォローアップでお手伝いさせていただきます。

「内子フレッシュパークからり」は何度も訪れるリピーター＝「からりファン」がたくさんいらっしゃるそうです。私も今回の支援を通じてすっかり「からりファン」になってしまいました。



応援コーディネーター
岡本 恭英

「カツオ」及び「マダイ」を活用した 高鮮度加工冷凍食品等の開発・製造・販売

愛媛県愛南町の豊富な水産資源を地域産業資源として、高鮮度な水産物のみを使用して高付加価値化を推進し、地域ブランド化と鮮魚(養殖魚を含む)価格の安定の取組み

支援機関: 宇和島商工会議所

支援内容: 商品開発

支援区分: 農商工連携

有限会社 ハマスイ

Information

【企業概要】

社名: 有限会社ハマスイ
代表者: 代表取締役 浜田 嘉之
業種: 生鮮魚卸売業、魚介類加工販売業
所在地: 愛媛県南宇和郡愛南町深浦240番地
資本金: 3,000,000円
設立: 平成14年3月
従業員: 10人



ビジネスマッチングフェア
「メイド・イン愛媛2008」

◆ 事業の背景、動機

近年、急激な漁獲量の減少傾向にあり、燃料の高騰や魚価の低迷等の不安定な状況のなか漁船漁業者の後継者不足も深刻な問題となっており、魚類養殖業においても価格の低迷が続いている。このような状況のなか平成17年10月に愛南町内にある6つの漁協が合併し愛南漁業協同組合が誕生した。翌年4月には、同組合に加工協議会が設置され、愛南町の水産物の売り出しについて本格的な取組みが始まった。

取り組みとしては、漁協、行政と連携し、愛媛県松山市にある大手百貨店での定期イベントへの出品や学校給食会への売込みなど、商品に対する評価をいただく手法から行ってきた。これまでの事前リサーチの結果、市場の水産加工品に対するニーズの高さも確認でき、新規商品開発への着手を行う段階まで来ている。

◆ 事業概要

当地は豊富な水産資源に恵まれた地域であり、愛媛県唯一のカツオの水揚げ港を有し、また、鯛の養殖では全国の約15%を生産する全国屈指の産地となっている。しかし、近年、漁価の低迷や漁獲量減少、原油高騰、後継者不足等の諸問題を抱える。

このような状況のなか漁価の安定や地域ブランド化の推進を目的として鮮魚の加工に取り組み、漁協や行政と連携して定期的にイベント出品や学校給食会への売り込み等を行ってきた。市場の水産加工品に対するニーズの高さを確認し、

新商品開発に取り組むこととなった。

漁場、漁港、加工場が地域に一体として存在する地の利を活かし、新鮮なカツオとマダイを材料に、大手企業と共同開発した最適な調味ダレ・洋風ダレを合わせ、市場に広く認知される「カツオのたたき」等の和食材でなく、ステーキ状の切り身をロースト風にした洋食材として、「鯉の炙りステーキ」や「炙り深浦真鯛」等の名称により市場に提案する。

◆ 主な事業内容

当社の売上高の比率は鮮魚の売上が97.7%、加工品の売上が2.3%と圧倒的に鮮魚の売上高が多くなっている。地域の特性を活かし当社の鮮魚加工のノウハウによって加工品の売上高を増加させるために、首都圏の健康志向の消費者に対して、市場調査、試験販売等を行い、冷凍加工品及び商品ごとの調味ダレ等の開発を行い、大手流通

企業と連携した、通信販売チャンネルを開拓し、全国展開を図る。

特に、調味ダレについては関西地区と関東地区とでは好み異なるため、地域別の調味ダレの開発が求められている。

1. 鯉の炙りステーキ



2. 炙り深浦真鯛(養殖)



3. 真鯛のごまだれ丼(養殖)、調味ダレ、ドレッシングの開発



◆ 拠点の具体的な支援内容

① ビジネスプランのブラッシュアップ



地域産業資源である「カツオ」を活用した「鰹の炙りステーキ」「鰹のコロコロステーキ」、「マダイ」を活用した「炙り深浦真鯛」「真鯛のごまだれ丼」及び各商品ごとに調味ダレを新たな市場開拓に向けて開発・生産製造・販売する事業を行い、付加価値を付けることにより魚価の安定とブランド化を推進する。

【主な検討課題】

Point

地域産業資源「カツオ」は、愛媛県愛南町の魚として指定されており、その漁獲量は四国一を誇る。特に、初夏に向けた初カツオについては、全国でも有数産地となっている。質については、とにかくその鮮度にある。カツオの水揚げ基地である愛南漁協へ、わずか3時間で帰ってこられるという好立地に恵まれており、死後硬直前の新鮮なカツオが水揚げされる。

また、マダイについては、世界でも1,2を争う産地となっており、その生産量の半分以上を愛媛県の南予地方で養殖している。愛南町もその地方のひとつで、養殖技術は世界に誇れる。キビナゴについては、他の産地と同様にまき網漁法によりまとまった水揚げがあり、DHA、EPAなどが多く含まれる青魚として根強い人気があるが、鮮度劣化の早い魚種であり、加工食品にするには時間との勝負が必要となり、加工場の立地条件が必要となる。

地域資源の新たな活用

従来のかつおの加工品（冷凍）は、ツーフローズンが一般的であり、当社では、産地での生産の利点によりワンフローズンにこだわる事ができる。また、従来のかつおの加工品に鮮度、脂質、魚体等の基準を加えることにより、「加工品にするにはもったいないくらいの炙り鰹ステーキ」を実現させる。

愛南町はマダイの産地でありながら、加工品をあまり手がけていない。マダイにはおめでたいというイメージがあり、それを利用した新商品の開発に取り組む。また、愛南町のホンダワラ100%使用した藻塩を使用することで、藻塩ブランド相乗効果にも期待する。

キビナゴに関しては、鮮度の劣化が早く魚体が小さいため、刺身商材として商品化されたものは極少数であり生産コストも高い。市場ニーズに合わせた生産量を確保し、キビナゴ商材の可能性を追求する。

本事業の基本は、産地生産であり、この取り組みは当社のみならず、当地域の他の中小企業者にも応用して取り組みが可能であると考えられる。本商品の販売に際しては、愛媛県愛南町にある地域産業資源を活用した事業であることと、その地域資源の特性を積極的に打出していく。

② 地域産業資源活用事業へのサポート



事業の新規性や地方の活性化などで公的な支援制度の活用について提案し、申請書のブラッシュアップに関してサポートした。

③ フォローアップ

本事業は平成20年9月、中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源活用事業計画が認定され、今後も事業の進捗把握等により、当事業活動全体の支援のため定期的に訪問していく予定である。

◆ 拠点を利用した事業者の声

愛南町及び愛南漁業協同組合と連携し、愛南町の地域ブランドの確立を推進するとともに、愛媛県産業技術研究所から加工技術や冷凍技術等のアドバイスや支援協力を得ています。

今後も、商工会議所経営支援センターから情報提供やアドバイスを受け、愛南町の活性化と発展に寄与したいと思っておりますので、宜しくお願い致します。



Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

愛南町は、豊かな自然と温暖な気候に恵まれ、タイ、ハマチ、真珠母貝等の養殖漁業を中心とする水産業や、美生柑等の柑橘農業が盛んです。また、足摺宇和海国立公園に属し、磯釣りやマリンスポーツ等の観光資源にも恵まれています。

しかしながら、近年、消費者ニーズの多様化や消費停滞により農林水産業が低迷しているほか、公共事業の縮減により基幹産業の一つであった建設業が人員整理を余儀なくされています。さらに、町内最大の事業所(従業員462人)である電子関連の製造業大企業が平成17年3月をもって閉鎖され、若者の流出や失業者の増加、地域活力の低下、町財政の悪化等地域経済に与える影響は計り知れません。

そのような中で、愛南町において地域密着型創出事業ワークショップが開催され、浜田嘉之氏は原材料として出荷されているハマチ、タイ、カツオ等を、先進加工技術の導入により第二次産品として付加価値を高め、他産地と

の差別化による「あいなんブランド」の確立を図ろうとしました。

そのために、商品の生産・流通履歴が把握できるトレーサビリティの導入によって安全・安心の供給体制を整備し、道の駅や町営温泉施設に併設されている特産物販売所を活用して、販路・消費拡大につとめました。

生産から加工、販売まで一貫した体制の構築を目指し、地域資源や新技術等を活かした生産加工の高付加価値化、水産業の振興および地域活性化を図ることとしている浜田氏に、今後も引き続き必要なサポートをさせていただくつもりでいます。



応援コーディネーター 上田 正春

拡大エネルギー増殖中

＝上場企業からも注目される＝

支援機関:松山商工会議所

支援内容:経営力の向上

支援区分:経営革新+見えない資産活用

株式会社アンジェリカ・H

Information

【企業概要】

社名: (株) アンジェリカ・H

代表者: 藤田 葉子

業種: 婦人服代行販売業

所在地: 松山市大街道3丁目4-1
大西第5ビル 5F

資本金: 5,000,000円

設立: 平成16年10月

従業員: 30人



◆ 当社設立の背景、動機

経営者の創業の動機は、「女性に夢と希望を与えたい、それを具現化させる集団を創りたい」であった。したがって、職場においては、社員スタッフとお客様が生き生きと輝いている状態にしなければならない。

生計の手段として起業を考えたのではなく、輝く女性を作らんがための創業であったのは、非常に珍しい。この経営者のミッションが全ての大前提であるため、会社は、業績を上げ事業規模を拡大することよりも、最優先課題として、「アンジェリカ・アッシュのブランド化」が挙げられていた。

社員がアンジェリカ・アッシュにおいて生きることを誇りに持ち、お客様がスタッフと関わった

いと願うアンジェリカ・アッシュ、そして、関係先の全ての方から支持していただける、そのようなブランド作りを目指そうとしたのである。

事業内容は女性服代行販売業であるが、某婦人服メーカーからのオファーによって、平成16年10月にスタートした。開業していきなり売り上げ実績を上げることが出来たために、周囲から注目されたが、その成功の秘訣は、「オリジナル広告」「支援者作り」「集客テクニック」「店舗運営テクニック」等にある。なお、これらのテクニックは今回の支援事業の成果物としての知的経営資産報告書にまとめられている。

◆ 事業概要

【鯛の育成】

婦人服メーカーに代わって、当該メーカーの商品を販売する小売業

【店舗所在地】

- ・ 広島パセーラ店…………… 広島市中区基町6-78
- ・ クイーンズスクエア横浜店…………… 横浜市西区みなとみらい2-3-9
- ・ たまプラーザ東急S C店…………… 横浜市青葉区美しが丘1-7
- ・ なんばパークス店…………… 大阪市浪速区難波中2-10-70
- ・ ららぽーと横浜店…………… 横浜市都筑区池辺町4035-1
- ・ 蒲田グランディオ店…………… 東京都大田区蒲田5-13-1
- ・ 池袋パルコ店

◆ 拠点の具体的な支援内容

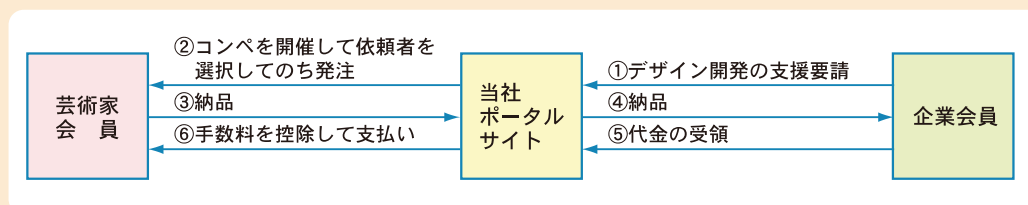
① 経営革新計画の認定申請支援

最初に、経営者が相談に来られた内容は、「代行販売業のため、当初取り交わした契約内容の制約を受けて、当社がいくら売上を伸ばしても利益が増えない。どのようにすれば利益が出るのか助言して欲しい」であった。そこで、応援コーディネーター（以下コーディネーターという）は、代行販売業以外の事業メニューを興すことを提案し、経営者にご来所願って意見交換を繰り返した。先ず聞き出したのは会社の強みであるが、着目したのは、「経営者の人脈」である。しかも、当社の事業の関わりから言うと、全国の芸術家の卵との広いつながりに興味を引かれた。

全国に埋もれている芸術家の卵を約50名程度知っているとのことであったので、彼らを組織化して更に手薄な分野の芸術家も集めて、「芸術と経済をつなぐポータルサイト」を構築することを第一のアクションとしてお勧めした。即ち、芸術家の卵100名を超える専門家集団の集まりであるサイトを根拠地にして、自社の商品開発以外に全国の企業にもアピールしながら、商品の自社開発の要となるデザイン力を確保することを提案させて頂いた。

デザイン開発支援システムのイメージ

ポータルサイトの中心的機能を果たす「デザイン開発支援システム」は概ね下のとおり



なお、ポータルサイト自身に魅力を持たせてアクセス数を高めることを狙って、「自社商品開発のデザイン力確保」以外に、将来的に「芸術作品のオークション販売」「芸術作品のオーダー受付」などの多様な機能を盛り込むことにした。

このときの相談で新しい展望が開けた経営者は、その後、何か新しい試みを考えてときには必ず、当相談コーナーを訪れるようになった。言ってみれば、松山商工会議所を経営参謀室として位置づけて頂けたわけである。

その後の度重なる来所が、次に記載する知的経営資産報告書の作成支援につながり、松山商工会議所に対する信頼感が数段高まったのである。

② 知的経営資産報告書の作成支援

経営革新の認定申請のお手伝いをさせて頂いたり、様々なプラン作成のお手伝いをさせて頂く中、コーディネーターが感じたことは、当社は「他社にない経営ノウハウが相当数ある」と言う確信である。そうであるならば、これらのノウハウを知的経営資産報告書（以下報告書と言う）にまとめることによって、会社自身が自ら持っているノウハウに気づくとともに、そのノウハウを整理することが必要ではないかと考え、そのことを経営者に投げかけてみた。

すると、経営者からは「社員に喜んでもらえるし、今後の営業開拓にも活用出来る」と予想以上に喜んで頂いた。さらに、報告書が完成して後は、金融機関や既存取引先、さらには新しい取引先の開拓に、当社のノウハウを知って頂いて、信頼感期待感を増してもらおうとCDを多数焼き付け配布することを考えられた様である。

なお、報告書の作成は、経営者に思うがままに語って頂き、語っていただいた内容をコーディネーターが章立てをして文章化する。その原案を経営者が読み直して修正を加えると言う方法で行った。最初は、経営者の方に原案を記載して頂くという方法を試みたが、重要な部分が漏れるため、この方法に改めた次第である。作業の進め方を変えたことによって、作業は円滑に進み、予想以上の成果を得たと感じている。

【報告書に記載されている経営理念の一部を抜粋】

「アンジェリカは天使」「アッシュは人」の意味が示すように、私達は、天使と人との間を飛び交う優しい組織作りを目指しています。したがって、私達の居場所は、スタッフ一人ひとりが楽しく生きる場であり、お客様と共に集う生の拠り所です。

【哲学】 天使と人のハーフである我々は、みんなが一人の為に、一人がみんなの為に尽くしあいます。なにしろ、創業の動機は、「女性に夢と希望を与えたい、それを具現化させる集団を創りたい」でしたから…

【針路】 スタッフの夢がベースとなって、会社の方針・店舗展開が決まります。スタッフに自分の夢を申告してもらって、それがベースになって方向性が決まりますので、場合によっては、会社方針自体を動かしてしまうことも…

【前進】 店舗ブロックごとに研究テーマを抱え、スタッフは、常に自己研鑽しています。楽しいから、前進します。夢があるから前進します。共同研究によって知識の共有化も…

【店舗展開】 新規出店時に求人する場合も、敢えて、アパレル経験者は採用しません。経験者は夢が小さく、固定観念によって行動の幅も小さく、可能性が限定されますから…

【お客様】 我々の店では、お客様とスタッフの区別がありません。同じ人間同士のお付き合いです。人間同士のお付き合いですから、うそ偽りのごまかしはありません…

【報告書に記載されているノウハウの一部を抜粋】

情報活用の知恵

当社で作成しているお客様カルテは、独特のノウハウがあります。例えば、似顔絵を手書きで描くことによって、出来る限り早く、お客様の顔と名前を一致させるようにしています。似顔絵のそばには、特徴とか説明書きを添えますが、マイナス表現は絶対に避けます。次の担当者にマイナス・イメージを引き継がないためです。あるいは、購入いただいた洋服の絵も手書きします。これによって、その方の服の好みとかをスタッフの頭に叩き込むことが出来ます。

顧客創造

会社がスタッフに意識付けしている「ミッション」は、売上確保ではなく、お客様とのコミュニケーション形成、友達・仲間としての連帯感作りです。この考え方は、新人スタッフになかなか馴染みにくいのですが、経営者が繰り返し伝え続けることによって、これまで風土として定着化してきました。したがって、来店されたお客様に対しては、「商品を売り込むことに専念しないで、少しでも滞在時間を長くして頂いて、お友達になりなさい」と教育しています。

◆ 拠点を利用した事業者の声

経営に関して、無料でここまで支援してもらえとは思っていませんでした。今回経営革新を申請し、承認を貰い、またその後、知的資産経営報告書の作成支援と引き続いたことにより、自社の経営理念や戦略、その他経営資源の確認

ができ、今後の方向性が見定まってきたなどの成果があり、大変喜んでおります。今後はこの報告書を内外に発信し、営業活動に役立ててゆきたいと考えています。

Staff voice 

◆ 支援に携わったスタッフの声

今回、経営革新に引き続き、初めての知的資産経営報告書の作成支援に携わることができてよい経験になりました。

企業が自社の経営資源を明らかにすることで、自社の立ち位置の確認が出来たこと。そして、金融や税務等様々な支援に計画的にうまく繋がって行ったことなど。支援する側としても、一時的な、対処的な支援を行うのではなく、診療所の主治医が如く継続的に如何に支援企業の状況を把握し、適切な支援が出来るかが非常に大切かが良くわかりました。



松山商工会議所
経営支援課長
池田 稔



応援コーディネーター
東矢 憲二

企業においては、経営理念が形上説明されるものの、殆どの企業が本音と建前の世界で使い分けられており、社員や対外的に示している経営理念が、その通り実行されている例は非常に稀有です。しかし、当社においては、知的経営資産報告書の記載支援をさせて頂いて、「事業規模はまだ小さいけれども、言うことと行うことが合致した大きな経営を行っている」と感じられました。

したがって、この報告書が多くの経営者に読まれることによって、自分達のこれまでの経営が如何に間違っていたかをお気づき願いたいと思います。

「来島鯛」ブランドを 全国に発信

支援機関: 愛媛県商工会連合会

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 見えない資産活用

カネキ水産 株式会社

Information

【企業概要】

社名: カネキ水産株式会社
代表者: 代表取締役 矢野 徳久
業種: 魚類養殖・加工・卸売業
所在地: 今治市宮窪町友浦1151
資本金: 10,000,000円
設立: 昭和55年9月
従業員: 12人



◆ 当社の沿革

当社の創業は江戸時代後期に遡る。初代経営者である矢野菊松が藩より「鯛舟曳」の許可をもらい網元として漁業を開始した。カネキの屋号を使い始めたのもこの頃からで、約150年の歴史を持っている。太平洋戦争後、漁場環境が変わり、「鯛舟曳」から「定置網漁法」に漁法が変わり、その後約50年間この漁法が続いた。

昭和37年、財団法人瀬戸内海栽培漁業センターが伯方島に設立され、数年後、当センターで鯛の人工孵化が成功、鯛養殖が現実的なものとなってきた。このような状況を背景に、当社も養殖業への展開を積極的に図ることとし、昭和51年、自社で孵化場を設立し、50~60万尾の鯛の稚魚の孵化が成功したことを機に、鯛養殖の生産を拡大した。

養殖業の拡大に併せ、設備投資も積極的に実施。

昭和61年、700tの生餌を保管できる「冷凍庫」の建設、平成2年には、モイストパレット機、自動網洗機を購入した。さらに、平成6年に第一倉庫、新社屋を建築した。平成12年、加工場を開設し、活魚、鮮魚だけでなく、フィレ、真空パック製品などの加工品の販売も開始した。



◆ 取り組みに至った背景

順調に拡大してきた養殖事業であるが、平成バブルの崩壊を機に経営環境は大きく変化した。“品質より価格”といった風潮が強まり、低価格な魚へのニーズが高まってきた。国産の高品質な真鯛のシェアが低下する一方、中国産など海外の養殖魚の輸入が増加してきた。

愛媛県南予地方、高知県、鹿児島県、三重県、長崎県等との産地間競争の激化に加え、養殖魚種がハマチ、カンパチ、タイ、ヒラメ、フグ、マグロなど多品種に拡大した結果、魚種間競争も激しさを増してきた。

低価格志向の進展、産地間競争・魚種間競争の激化といった経営環境の中、当社が生き残っていくためには、これまででない経営手法が求められ

ていた。具体的には、当社ブランドの「カネキ印来島鯛」を一層アピールし、他業者との明確な差別化を図ることであった。さらに、当社の養殖業への思いや養殖方法を取引先や消費者に理解してもらい、より強固な信頼関係を構築することも求められていた。

このような経営課題に対応するためには、作ることに注力するだけでなく、自社をアピールすることがより重要である。知的資産経営報告書の作成と公表は、まさにこの経営課題解決の有力な手段であった。同時期に自社ホームページの作成を手掛けており、完成した報告書をホームページに掲載し全国へ発信することとした。

◆ 拠点の具体的な支援内容

① 報告書作成に際し留意したこと

知的資産経営報告書の作成に際し、特に以下の点に留意した。

- 1 全国の知的資産経営報告書の事例を十分に研究すること。
- 2 単なる会社案内と違って、事業の経緯、商品の特徴、知的資産、今後の戦略などバランスよくまとめること。
- 3 報告書は、ホームページに掲載するため、養殖業の知識が無い人でも読めるような内容・文章にすること。

② 報告書作成の流れ

専門家（中小企業診断士 上野敬治氏）とともに5回現地訪問し、報告書作成を支援した。現状調査から報告書完成までの流れは以下の通りである。

- 第1回：当社の現状把握、現場確認
- 第2回：事業の経緯・商品別特徴の整理
- 第3回：知的資産の整理
- 第4回：経営戦略の明確化
- 第5回：知的資産経営報告書の最終確認、完成

③ 知的資産経営報告書の主な内容

1 当社の商品

瀬戸内海・来島海峡で養殖される当社の鯛は、「カネキ印来島鯛」のブランドで販売されている。こだわった餌の使用、長い養殖期間と運動量の多さなどから、天然魚の代用品レベルの品質を保持している。肉質が締まっているため、「日持ちが良い、歯ごたえがあり煮崩れしない」など消費者から高く評価されている。

商品形態は、活魚、鮮魚、加工品に分けられる。活魚は、出荷額の約6割を占める主力商品である。鮮魚は、活メ神経抜きや活メの方法があり、鮮度が長期間保持されるため配送エリアは全国に拡大している。加工品は、フィレー、切身、アラの真空パックなど種類は多い。加工品は日持ちするため、関西や東京への出荷が多い。今後、インターネット販売が増加し、加工品の生産割合は上昇すると予想している。

2 主な知的資産

当社の知的資産を5項目にまとめた。その中でも最大の知的資産は、「天然魚に負けない当社独自の高品質な魚作り」である。瀬戸内海・来島海峡に位置する魚場の特長を活かした養殖方法、自社製造にこだわった餌の使用、出荷時のきめ細かな魚への気配りなど、当社独自の様々な取り組みは他社には見られないものである。

また、「サイズ別の出荷体制」は全国で当社のみが持つ独自の技術である。養殖業界では、生簀内の魚をサイズ別に区別し、サイズ別に取り出すことは不可能と言われていたが、50g単位で出荷できる技術を確認した。手のひらサイズの小鯛から2kg以上の大きなサイズの鯛まで、あらゆる注文に柔軟に対応できる体制を構築している。



3 経営戦略

今後、小鯛の販売増加、小ロット受注体制の構築、ムダの無い生産体制の構築に重点的に取り組んでいく。

手のひらサイズの小鯛が注文に応じて迅速に出荷できるのは当社の強みである。小鯛は様々な用途に使われ消費者の多様なニーズを満たすことができ、かつ当社にとって利益率の高い商品である。

今後は小鯛の販売増加を目指し、流通ルートを多様化していく。既存の流通ルート（市場への出荷）に加え、外食業者との直接取引、ホームページを活用した消費者への直接販売などに積極的に取り組んでいく。

小ロット受注体制の構築も推進していく。現在、中四国は100尾～200尾単位、関西地域は1,000尾単位での出荷が可能となっているが、小ロット出荷の要望が年々高まっており、今以上の小ロットの出荷体制を構築していく。

ムダの無い生産体制を構築するため、お客様にあらかじめ必要量を確認しておき、必要な量の稚魚を仕入れ養殖する体制を構築していく。平成21年から、販売計画に沿った仕入・養殖体制に移行する予定である。

◆ 拠点を利用した事業者の声

今回の報告書は、矢野社長、後継者である矢野専務がコーディネーターの支援を受けながら作成したのですが、報告書が完成するにつれ、社長、専務から、「これまで漠然としていた自社の歴史や強みが明確になってきた」との声を聴くようになりました。経営戦略は、矢野専務が中心になって内容を整理されましたが、「今後の経営戦略を文書化することで目標がクリアになり、改めて前向きに推進しなければならないという意欲が高まった」との評価をいただきました。



矢野専務



Staff voice

◆ 支援に携わったスタッフの声

養殖業に関する知識が乏しい中、当社の知的資産経営報告書の作成支援を担当する機会を得て、養殖業の奥深さ、歴史、社会的役割などを認識することができました。

現社長である矢野徳久氏は、同社の養殖事業の礎を築いてこられました。他産地に比べ海水温の低い瀬戸内海は魚の成長が遅いため、養殖業としては不利な環境です。そんな中で生き残りを賭け、当時不可能と言われていたサイズ別出荷体制へチャレンジされ、試行錯誤の末この方法を確立しましたが、今でも他業者が真似できないものです。この矢野社長の経営姿勢には、企業が生き残るための大きなヒントがあると思います。

後継者である矢野専務は、経営環境の変化に対応した様々な新しい取り組みを計画され、実行されています。インターネットを活用した販売ルートの開拓や加工品などの新商品開発、小ロット出荷体制の確立など、若い感覚で会社

をリードしています。

養殖業界は、魚の需要減少や価格低迷など厳しい経営環境が続き、後継者不在の業者も多いようです。しかし養殖業は、愛媛が全国に誇る産業であり、また、食料の安定供給の面からも期待の大きい産業です。その意味で、矢野社長、矢野専務を中心に新たな取り組みに積極的にチャレンジされている同社は、愛媛の養殖業の目指すべき経営スタイルではないかと思います。今後も天然魚に負けない高品質な魚を安定供給され続けることを願っています。



応援コーディネーター
山本 真二

ご存じですか？ 地域産業資源活用事業のこと

1 地域産業資源活用事業とは

「地域産業資源活用事業」とは、中小企業者が地域産業資源（地域資源）を活用し、新商品・新サービスの開発や、その事業化を行う事業活動のことです。中小企業者は「地域産業資源活用事業計画」を作成し、国の認定を受けることで、様々な支援を受けられるようになります。

POINT 地域産業資源とは？

「地域産業資源（地域資源）」とは、産地の技術、農林水産物、観光資源など「地域の特徴ある産業資源」のことで、法律に基づいて県が定めています。なお、法律では以下のように定義されています。

- ① 地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物または鉱工業品
- ② 特産物である鉱工業品の生産技術
- ③ 地域の観光資源として相当程度認識されているもの

※67ページに愛媛県の地域産業資源を掲載しています。

2 対象となる事業活動

県が指定した地域資源のいずれかを活用して、以下のような事業活動を行う場合に対象となります。また、事業を行う地域、申請できる人（法人・組合）についても決まりがあります。

事業内容について

1. 「農林水産物」や「鉱工業品」そのものを原材料や部品として用いた商品の開発・生産
2. 「鉱工業品の生産技術」を不可欠なものとして用いた商品の開発・生産
3. 「観光資源」の特徴を利用した商品の開発、生産、サービスの開発・提供

事業を行う地域について

1. 商品・サービスの開発は、県が指定した地域資源の「地域」内において行われるものに限られます。
2. 商品の生産、サービスの提供は、県が指定した地域資源の「地域」内において行うものに限られます。

「地域産業資源活用事業計画」の申請は、以下の中小企業者および組合等に限られます

中小企業者として対象となる会社と個人

業種分類	基準
製造業、建設業、運輸業など ゴム製品製造業の一部	資本金3億円以下または従業員数300人以下 資本金3億円以下または従業員数900人以下
卸売業	資本金1億円以下または従業員数100人以下
サービス業（下記以外）	資本金5千万円以下または従業員数100人以下
ソフトウェア業・ 情報処理サービス業	資本金3億円以下または従業員数300人以下
旅館業	資本金5千万円以下または従業員数200人以下
小売業	資本金5千万円以下または従業員数50人以下

中小企業者として対象となる組合および連合会

組合および連合会	中小企業者となる条件
企業組合、協業組合、事業協同組合、事業協同小組合、協同組合連合会、農業協同組合、農業協同組合連合会、農事組合法人、漁業協同組合、漁業協同組合連合会、水産加工業協同組合、水産加工業協同組合連合会、森林組合、森林組合連合会、商工組合、商工組合連合会、商店街振興組合および商店街振興組合連合会	特になし
生活衛生同業組合、生活衛生同業小組合、生活衛生同業組合連合会、酒造組合、酒造組合連合会、酒造組合中央会、酒販組合、酒販組合連合会、酒販組合中央会、鉱工業技術研究組合	直接または間接の構成員の2/3以上が中小企業者であること

3 地域産業資源活用事業計画の認定にあたっての評価基準

1 地域産業資源の新たな活用の視点の提示

- 地域産業資源の活用について何らかの新たな発想がみられ、地域の中小企業者等に新たな視点を提示するものであることが必要です。
- 新たな発想・視点とは、品質、機能、効用等が従来の商品や役務とは異なる商品の開発・生産または役務の開発・提供や、新たな生産加工技術・役務提供方式の導入による事業方式の大幅な改良などです。

2 需要開拓の可能性

- 事業実施によって需要開拓が図られる見通しが示されていることが必要です。
- 需要開拓の程度は、当該事業における商品等の域外に対する販売が増加し、それが当該中小企業者の総売上高にとって相当程度大きなものになることと定められています。
- 具体的には事業開始前の総売上高の5%以上が基準となります。
(ただし、事業分野の需要開拓を図る場合等においては、事業として成り立つ程度の規模以上であることが基準となります)

3 地域における関係事業者との連携

- 地域の事業活動の促進につなげる観点から、地域資源生産者、関係団体等との連携を図ることが期待されます。

4 支援内容



「地域力連携拠点(チームえびす)」の支援

地域産業資源活用事業の認定を目指そうと思ったら、まず、地域力連携拠点(チームえびす)にご相談下さい。地域力連携拠点(チームえびす)では、四国地域活性化支援事務局である中小企業基盤整備機構四国支部と連携し、マーケティング等に精通した専門家が事業計画の作成から事業実施段階まで、きめ細やかなハンズオン支援をします。



国の認定を受けた場合の支援

補助金等

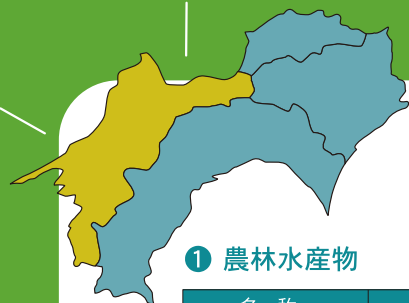
- 地域資源活用売れる商品づくり支援補助金(売れる商品づくり支援事業)
- マーケティング等の専門家による継続的なアドバイス(ハンズオン支援事業)
- 中小企業基盤整備機構等による商談会やテストマーケティングショップへの優先出展

融資等

- 政府系金融機関による低利融資
- 信用保証協会の債務保証枠の拡大
- 食品流通構造改善促進機構による債務保証等

税制

- 設備投資減税(中小企業等基盤強化税制)



愛媛 地域資源一覽 >>>

① 農林水産物

名称	地域産業資源に係わる地域
愛媛のかんきつ (みかん類)	県全域
キウイフルーツ	松山市、今治市、八幡浜市、西条市、大洲市、伊予市、砥部町
レモン	今治市、上島町
うめ	西条市 砥部町 宇和島市、松野町
かき	西条市 八幡浜市 内子町
びわ	伊予市
ゆず	宇和島市、大洲市、西予市、内子町、松野町、鬼北町
ぶどう	松山市 西予市、内子町
もも	宇和島市、松野町
くり	松山市、大洲市、伊予市、西予市、松野町、内子町
水稲	松山市、今治市、宇和島市、八幡浜市、新居浜市、西条市、大洲市、伊予市、四国中央市、西予市、東温市、久万高原町、松前町、砥部町、内子町、松野町、鬼北町、愛南町
黒米	新居浜市、西条市、
赤米	西予市
はだか麦	松山市、今治市、西条市、伊予市、東温市、松前町
大豆	松山市、今治市、西条市、東温市、宇和島市、大洲市、西予市
黒大豆	今治市
さといも	大洲市 四国中央市
さつまいも	伊方町
白いも	新居浜市
こんにゃくいも	大洲市 四国中央市
自然薯	砥部町
トマト	松山市、今治市、西条市、久万高原町、大洲市、伊予市、西予市
なす	松山市、今治市、西条市 伊予市
きゅうり	西予市
そらまめ	松山市、伊予市、松前町 西条市
だいこん	松山市、今治市、西条市、西予市、久万高原町
たまねぎ	松山市、今治市、西条市、東温市、松前町
ケール	松山市、西条市、大洲市、伊予市、西予市、東温市、久万高原町、砥部町、内子町
七草	西条市
茶	四国中央市、西条市、久万高原町

名称	地域産業資源に係わる地域
地鶏	松山市、今治市、西条市、東温市、上島町 宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市、鬼北町、愛南町
キジ	鬼北町
蜂蜜	松山市、今治市、新居浜市、西条市、伊予市、砥部町 宇和島市、八幡浜市、西予市
しいたけ	松山市、今治市、西条市、大洲市、伊予市、西予市、久万高原町、砥部町、内子町、鬼北町
ひのき	宇和島市、大洲市、西予市、久万高原町、鬼北町
すぎ	大洲市、西予市、東温市、久万高原町、松前町、砥部町、内子町
竹	松山市、今治市、西条市、大洲市、伊予市、西予市、東温市、松前町、内子町
赤石五葉松	四国中央市
マダイ	松山市、今治市、宇和島市、八幡浜市、西予市、愛南町
ブリ	宇和島市、八幡浜市、西予市、愛南町
アジ	宇和島市、八幡浜市、西予市、伊方町 愛南町
サバ	宇和島市、八幡浜市、西予市、伊方町 愛南町
カツオ	愛南町
ヒラメ	松山市、今治市、宇和島市、八幡浜市、西予市、愛南町
シラス	松山市、伊予市、松前町、宇和島市、八幡浜市、西予市、伊方町 愛南町
フグ	今治市、新居浜市、伊予市、西予市 宇和島市、八幡浜市、大洲市、伊方町 愛南町
タチウオ	松山市、今治市、宇和島市、八幡浜市、西予市、伊方町 愛南町
イワシ	宇和島市、八幡浜市、西予市、愛南町
キビナゴ	宇和島市、八幡浜市、西予市、愛南町
ハモ	今治市 伊予市
アナゴ	松山市、今治市
タコ	松山市、今治市
エビ	松山市、今治市、新居浜市、西条市 宇和島市、八幡浜市、西予市、伊方町 愛南町
真珠	宇和島市、愛南町
アコヤ貝	宇和島市、愛南町
ヒオウギ貝	宇和島市、愛南町
アワビ	今治市 大洲市 伊方町
サザエ	今治市 大洲市 愛南町

名 称	地域産業資源に係わる地域
カキ	今治市 愛南町
てんぐさ	宇和島市 伊方町
ホンダワラ	宇和島市、愛南町
トサカノリ	宇和島市、愛南町

② 鉱工業品又は鉱工業品の生産に係わる技術

名 称	地域産業資源に係わる地域
砥部焼	松山市、松前町、砥部町
菊間瓦	今治市
水引	四国中央市
桜井漆器	今治市
手すき和紙	新居浜市、西条市、四国中央市 大洲市、西予市、内子町
伊予かすり	松山市
水産練製品	松山市、今治市、新居浜市、西条市、 四国中央市 宇和島市、八幡浜市、大洲市、伊予市、 西予市、伊方町、松野町、鬼北町、愛南町
伊予さつま	松山市、宇和島市、八幡浜市、大洲市、 伊予市、西予市、松前町、伊方町、愛南町
鯛めし	松山市、今治市、西条市、 宇和島市、八幡浜市、西予市、愛南町
焼鳥	今治市
ちゃんぼん	八幡浜市
海産珍味	伊予市、松前町
削り節	伊予市
海苔	今治市、西条市、上島町
塩	今治市、上島町 西予市
茶	四国中央市 西条市、久万高原町
地ビール	松山市、今治市、宇和島市、八幡浜市、 新居浜市、西条市、大洲市、伊予市、 四国中央市、西予市、東温市、久万高原町、 松前町、砥部町、内子町、伊方町、 松野町、愛南町
うちぬき	西条市
観音水	西予市
大島石	今治市
真珠製品	宇和島市、愛南町
紙・紙製品	松山市 新居浜市、四国中央市
タオル	松山市、今治市、西条市
外衣・シャツ	今治市
絹	西予市
不織布	新居浜市、西条市、四国中央市 大洲市、西予市、内子町
アラミド繊維	松山市 西条市
炭素繊維	松山市、今治市、東温市、松前町
船舶	今治市、西条市、上島町 八幡浜市

名 称	地域産業資源に係わる地域
一般産業用機械	新居浜市、西条市
農業用機械	松山市、伊予市、東温市、松前町、砥部町
福祉・介護機器	松山市、東温市
アルミナ	新居浜市、西条市
溶融めっき鋼板	新居浜市、西条市

③ 観光資源

名 称	地域産業資源に係わる地域
四国八十八箇所霊場と 遍路道	県全域
瀬戸内しまなみ海道	今治市、上島町
道後温泉	松山市
鈍川温泉	今治市
湯ノ浦温泉	今治市
本谷温泉	西条市
松山城	松山市
今治城	今治市
宇和島城	宇和島市
大洲城	大洲市
大山祇神社	今治市
石鎚山	西条市、久万高原町
ふたみの夕日	伊予市
四国カルスト	西予市、久万高原町
佐田岬半島	八幡浜市、伊方町
滑床渓谷	宇和島市、松野町
面河渓	久万高原町
遊子水荷浦の段畑	宇和島市
石畳地区村並み	内子町
泉谷の棚田	内子町
八日市護国地区町並	内子町
外泊の石垣	愛南町
港町八幡浜の町並	八幡浜市
保内の町並	八幡浜市
闘牛	宇和島市、愛南町
大洲のうかい	大洲市
大鳳合戦	内子町
牛鬼	宇和島市
新居浜太鼓祭り	新居浜市
西条まつり	西条市
真穴の座敷雛	八幡浜市
坊っちゃん列車	松山市
別子銅山遺跡	新居浜市
長浜大橋	大洲市
霧の森	四国中央市
宇和文化の里	西予市
坊っちゃん劇場	東温市
内子座	内子町
内子フレッシュパーク からり	内子町
日吉夢産地	鬼北町
瀬戸内海国立公園	松山市、今治市、西条市、上島町 八幡浜市、大洲市、伊方町
足摺宇和海国立公園	宇和島市、西予市、松野町、鬼北町、愛南町
南楽園	宇和島市

「農商工等連携」に関する 国の支援制度ができました。

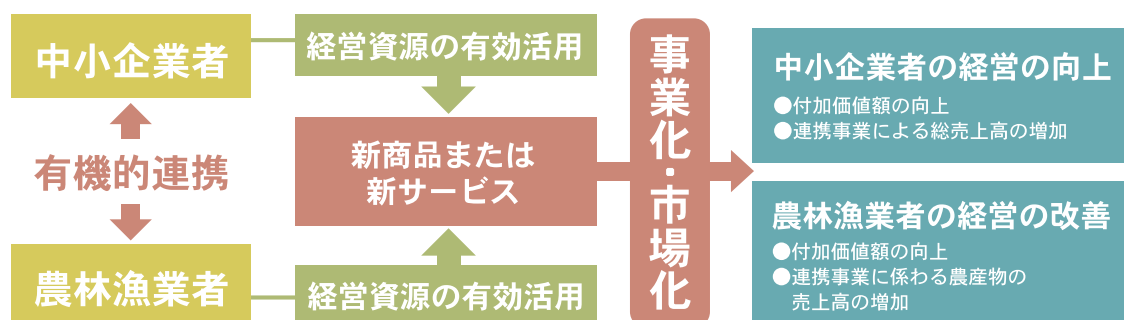
1 農商工等連携事業とは

農商工等連携事業とは、地域経済の中核をなす中小企業者と農林漁業者が有機的に連携し、それぞれの経営資源を有効に活用して行う事業のことです。これを支援する制度が平成20年度から始まり、その中核となる農商工等連携促進法が平成20年7月21日に施行されました。

2 対象となる事業活動

中小企業者と農林漁業者が有機的に連携し、お互いの経営資源（設備、技術、個人の有する知識や技能、ビジネスノウハウ、知的財産等）を持ち寄り、新商品や新役務の開発、生産、需要の開拓を行うことで経営の向上・改善を図る事業が支援の対象となります。

農商工等連携事業のイメージ



「農商工等連携事業」の申請は、
中小企業者と農林漁業者が共同で申請する必要があります。

■「農商工等連携事業」の申請が出来る中小企業者

※65ページ下部の「地域産業資源活用事業計画」を申請できる中小企業者と同じです。

■「農商工等連携事業」の申請が出来る組合および連合会

組合および連合会	中小企業者になる条件
企業組合、協業組合、事業協同組合、事業協同小組合、協同組合連合会、農業協同組合、農業協同組合連合会、農事組合法人、漁業協同組合、漁業協同組合連合会、水産加工業協同組合、水産加工業協同組合連合会、森林組合、森林組合連合会、商工組合、商工組合連合会、商店街振興組合および商店街振興組合連合会、消費生活協同組合、消費生活協同組合連合会	特になし
生活衛生同業組合、生活衛生同業小組合、生活衛生同業組合連合会、酒造組合、酒造組合連合会、酒造組合中央会、酒販組合、酒販組合連合会、酒販組合中央会	直接または間接の構成員の2/3以上が中小企業であること

■「農商工等連携事業」の申請が出来る農林漁業者

1. 農業、林業、漁業を営む者
2. 農林漁業者の組織する団体

団体

農業協同組合、農業協同組合連合会、農事組合法人、生産森林組合、森林組合、森林組合連合会、漁業生産組合、漁業協同組合、漁業協同組合連合会、事業協同組合、事業協同小組合、協同組合連合会、法人格を有しない任意団体（集落営農組織等）

※農業協同組合等については、農林漁業以外の事業（加工、販売事業等）を行うことを前提に、中小企業者として申請することも可能です。

3 農商工等連携事業計画の認定にあたっての評価基準

1 有機的連携

中小企業者と農林漁業者が有機的に連携し、それぞれの経営資源を有効に活用すること。

2 新商品の開発等

事業により、新商品もしくは新役務（サービス）の開発、生産または需要の開拓が実現すること。

3 計画期間

計画実施期間は、原則5年以内であること。

4 経営の向上・改善

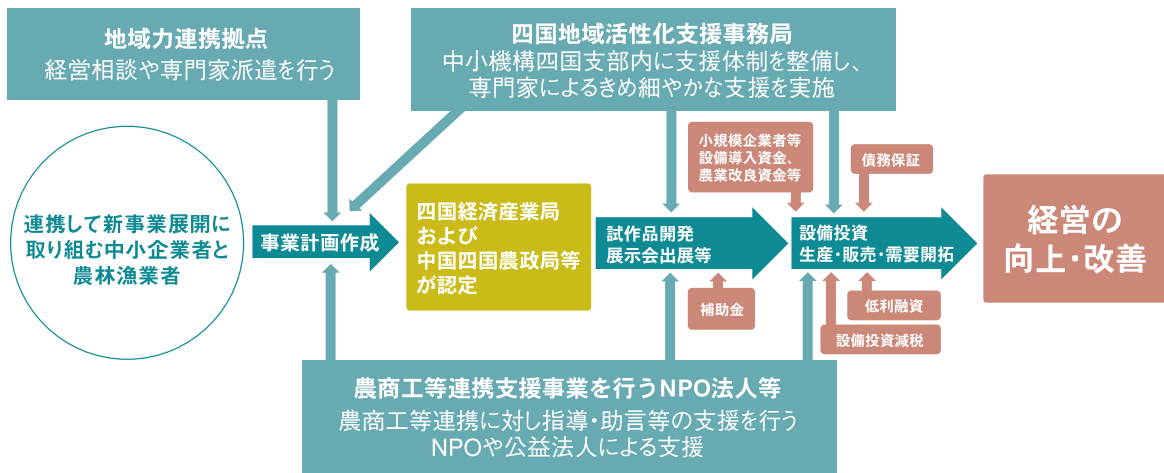
中小企業の経営の向上かつ農林漁業者の経営の改善が実現されること。（数値目標があります）

4 支援内容



農商工等連携事業は、四国では四国経済産業局および中国四国農政局等が認定します。連携事業を計画する場合は、まず地域力連携拠点（チームえびす）でご相談下さい。地域力連携拠点（チームえびす）では、四国地域活性化支援事務局である中小企業基盤整備機構四国支部と連携し、認定までの相談や、認定後のフォローアップなどを行います。

支援の流れ



認定を受けた場合の支援

補助金等

- 農商工等連携対策支援事業補助金
- マーケティング等の専門家による継続的なアドバイス（ハンズオン支援事業）
- 中小企業基盤整備機構等による商談会やテストマーケティングショップへの優先出展

融資等

- 政府系金融機関による低利融資

その他

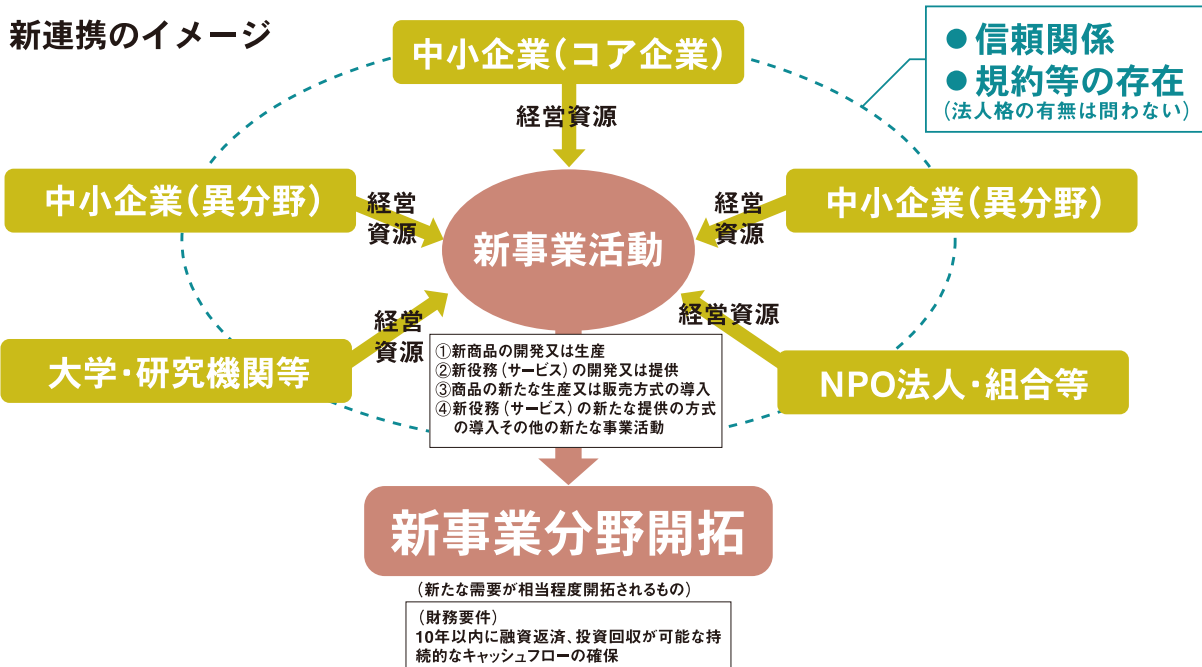
- 中小企業信用保険法の特例（保証限度額の特別枠の創設、普通保険の補助率の引き上げ、保険料率の引き下げ）
- 小規模企業者等設備導入資金助成法（貸付率の拡大）
- 食品流通構造改善促進法（債務保証支援対象の拡大）
- 農業改良資金助成法等（対象者の拡大、償還期間、据置期間の延長）
- 課税の特例（特別償却、税額免除）

中小企業の異業種同士による「新連携事業」も国がサポート!

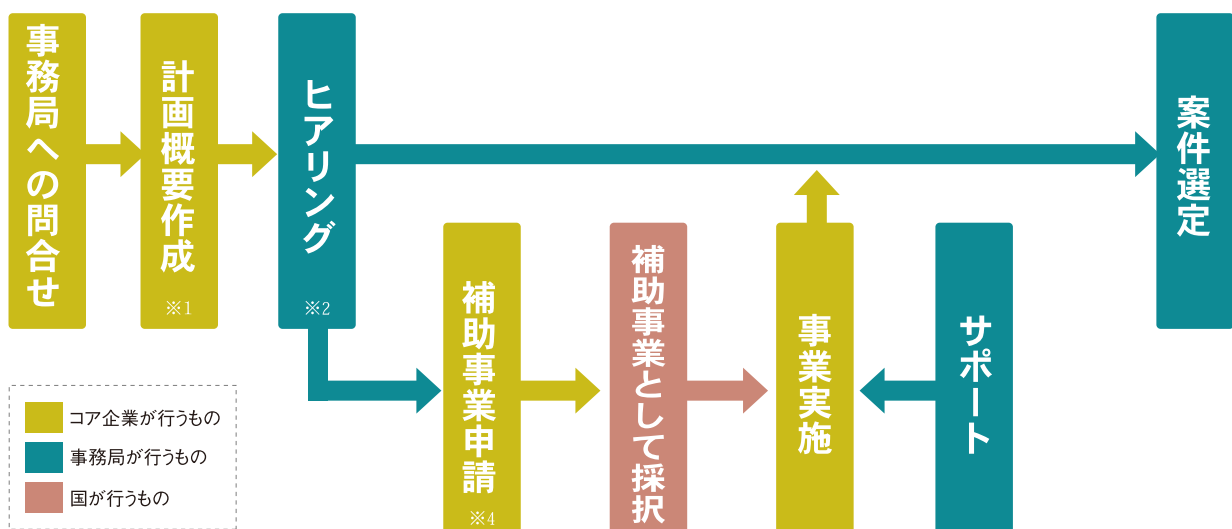
1 新連携事業とは

中小企業新事業活動促進法における正式名称は『異分野連携新事業分野開拓』といいます。2社以上の異分野の中小企業等が連携・協力し、それぞれの経営資源や強みを有効に組み合わせて新しい事業分野を開拓する活動のことです。「新連携事業の支援」とは、その活動に対し国が支援するという制度です。

- 新連携とは**
- ① 異分野の事業者によるもの
 - ② 有機的な連携である (コア企業、規約等の存在)
 - ③ 経営資源の有効な組み合わせによる新事業活動
 - ④ ①～③による新事業分野開拓



2 新連携事業支援の流れ



3 新連携事業8つの要件

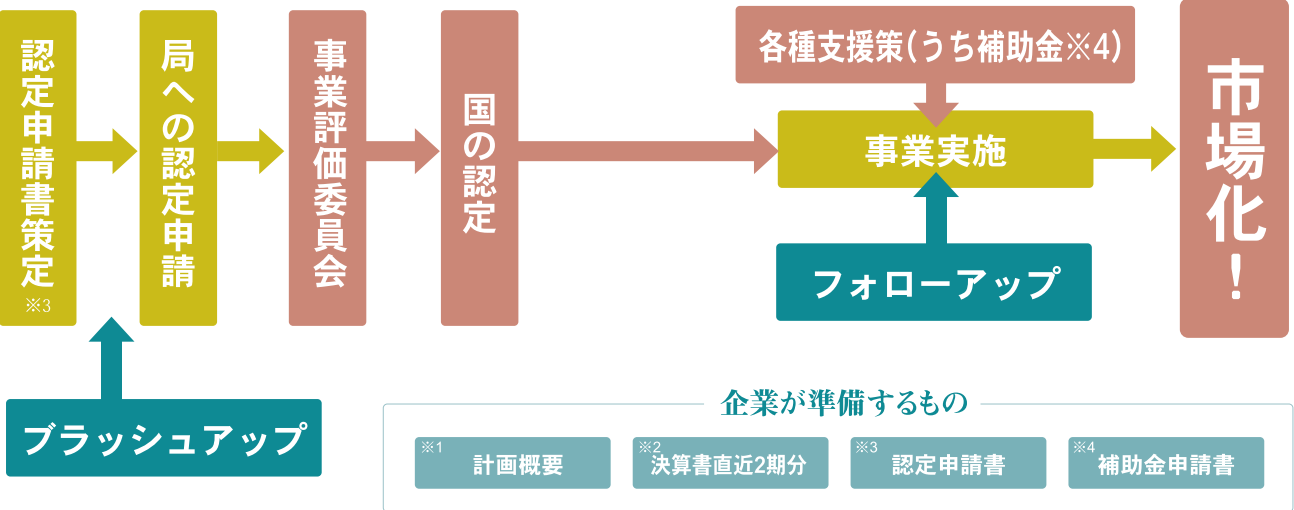
異分野連携 であること	異なる業種(日本標準産業分類4桁分類で判断)に属しているものを指します。ただし、同分類に属しているものであっても、連携事業を行うために持ち寄るノウハウや技術等の中身が異なる場合は「異分野」と判断可能です。
新事業活動 であること	以下のいずれかに該当する必要があります。①新商品の開発又は生産 ②新役務の開発又は提供 ③商品の新たな生産又は販売方式の導入 ④役務の新たな提供の方式の導入その他の新たな事業活動 ※当該地域や業種において、既に相当程度普及している技術・方式の導入等、完成品の販路開拓のみ及び研究開発にとどまる事業は対象外となります。
販売につながる 事業であること	新事業活動によって、市場において事業を成立させる、つまり「需要が相当程度開拓されること」が必要であり、具体的な販売活動が計画されているなど事業として成り立つ蓋然性が高く、継続的に成長を遂げられることが求められます。
経営的安定性 (財務面)	当該事業により持続的なキャッシュフローを確保し、10年以内に融資返済や投資回収が可能なものであり、資金調達コストを勘定し、一定の利益をあげることが要件となります。
中核となる 中小企業の存在	連携体の各メンバーが一体的に活動するため、連携内においてリーダーシップを発揮し、事業連携の核となる中小企業(コア企業)が必要です。
中小企業の 主体的参画	2社以上の中小企業の参加が必要であり、他に大企業や大学、研究機関、NPO、組合等をメンバーに加えることも可能ですが、参加する営利企業のうち中小企業の貢献度合いが半分以上の場合は対象外となります。
参加事業者間での 規約等の存在	当事業者間の規約等を策定し、工程管理や品質管理が統一的に行えるような役割分担、対外的な取引関係における責任体制のあり方等を明確化し、市場から信用される体制を構築することが必要です。
提供される経営資源の 内容と組み合わせ	連携事業に参加する各主体が持ち寄る各々の強みである経営資源が、計画の中で具体的に示され、当該事業がそれらの組み合わせにより可能となったものであることが必要です。

4 支援内容



新連携事業の認定を目指そうと思ったら、まず地域力連携拠点(チームえびす)にご相談下さい。地域力連携拠点(チームえびす)では、新連携支援地域戦略会議(中小企業基盤整備機構四国支部)と連携し、認定までの相談や認定後のフォローアップを行います。

- | | |
|-------------|---|
| 補助金等 | <ul style="list-style-type: none"> ● 連携規約作成・新商品開発・マーケティング等への補助金 ● マーケティング等の専門家による継続的なアドバイス(ハンズオン支援事業) ● 中小企業基盤整備機構等による商談会やテストマーケティングショップへの優先出展 |
| 融資等 | <ul style="list-style-type: none"> ● 政府系金融機関による低利融資 ● 高度化融資 |
| 税制 | ● 信用保証の特例 |



経営革新を支援します。

1 経営革新計画とは

「経営革新計画」とは、事業活動に関連した「新たな取り組み」を、数値目標を持った計画に具体化したものです。この計画の承認を受けることで、さまざまな支援措置を受けることが可能となります。

2 承認の要件

法律では、「経営革新」を「事業者が新事業活動を行うことにより、その経営の相当程度の向上を図ること」と定義されています。承認を受けるには、この「新事業活動を行うこと」「経営の相当程度の向上を図ること」双方を満たすことが必要となります。

① 「新事業活動」を行うこと

「新事業活動」とは次の4つの「新たな取り組み」をいいます。

1. 新商品の開発又は生産
2. 新役務の開発又は提供
3. 商品の新たな生産又は販売方式の導入
4. 役務の新たな提供方式の導入その他の新たな事業活動

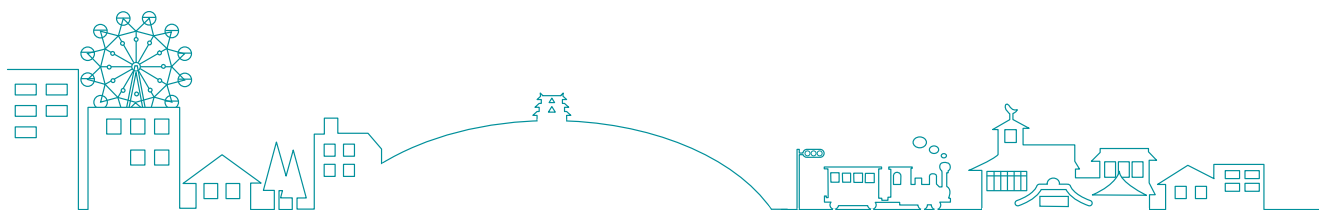
事業者にとっての「新たな取り組み」であれば、他の事業者がすでに採用していることでも構いませんが、すでに相当程度普及しているものは含まれません。

② 「経営の相当程度の向上を図ること」

「経営の相当程度の向上」とは次の2つの指標が3～5年で相当程度向上することをいいます。

1. 「付加価値額」又は「一人当たりの付加価値額」の伸び率
2. 経営利益の伸び率

計画終了時	「付加価値額」又は「一人当たりの付加価値額」の伸び率	「経営利益」の伸び率
3年計画の場合	9%以上	3%以上
4年計画の場合	12%以上	4%以上
5年計画の場合	15%以上	5%以上



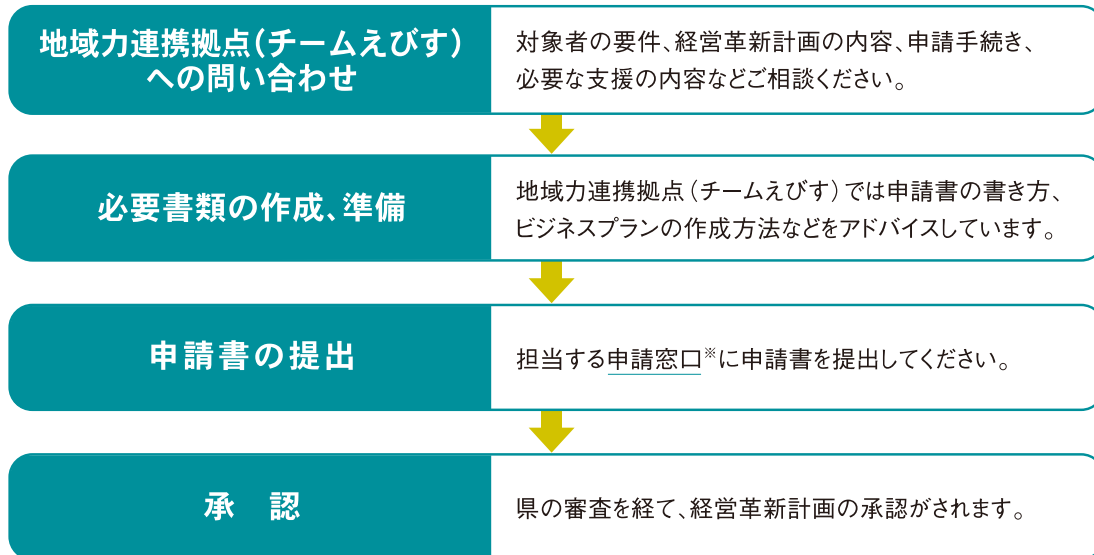
3

支援内容



経営革新計画承認取得までの流れ

経営革新計画の承認を受けるための手続きは、次のようになります。経営革新計画の承認を受けようと思ったら、まず「地域力連携拠点(チームえびす)」にご相談ください。「地域力連携拠点(チームえびす)」に配置された応援コーディネーターや外部専門家がお手伝いいたします。



経営革新計画承認取得後の支援

経営革新計画の承認を受けると、次のような支援策を受けることができます。なお、支援策を受けるにあたっては、別途支援策実施機関の審査が必要となります。

- | | |
|-----------------|-----------------------------|
| 融資・保証の優遇 | (1) 政府系金融機関による低利融資制度 |
| 税の特例 | (2) 信用保証の特例 |
| 販路開拓の支援 | (3) 小規模企業者等設備導入資金助成法の特例 |
| 特許取得の支援 | (4) 設備投資減税や留保金課税停止の措置 |
| | (6) 研究開発型中小企業に対する特許関係料金軽減制度 |

※申請窓口

愛媛県経済労働部産業支援局経営支援課	Tel:089-912-2484
東予地方局産業経済部産業振興課商工観光室	Tel:0898-68-6498
中予地方局産業経済部産業振興課商工観光室	Tel:089-909-8760
南予地方局産業経済部産業振興課商工観光室	Tel:0895-22-2512

地域力連携拠点の ごあんない

中小企業の強い味方!!

地域力連携拠点では、応援コーディネーターや
専門家があなたの事業をサポートします。

ご相談は
無料です

「地域力連携拠点」とは

地域において優秀な支援者を「応援コーディネーター」として配置し、他の機関（金融機関、大学、農協、業界団体）等と連携して経営力向上や事業承継等の経営支援を行う中小企業支援機関のことを指し、四国経済産業局からの委託を受けて事業を実施しています。



経営力の向上を支援します

- ☆ITを活用した経営管理
- ☆見えない資産の把握・活用
（知的資産経営）
- ☆経営革新
- ☆地域資源活用
- ☆農商工連携

創業・再チャレンジを 支援します

- ☆創業支援
- ☆再チャレンジ支援

事業承継を支援します

- ☆事業承継支援

愛媛県内の地域力連携拠点がスクラムを組んで
えひめの中小企業を応援します。

お気軽にお近くの地域力連携拠点にご相談ください。

地域力連携拠点では次の支援を行います。



経営力の向上を支援します

◎新たな経営方法の導入を支援します。

【ITを活用した経営管理】

IT(インターネット上での財務会計ソフトウェア等)を活用した財務会計の整備や管理会計の導入等により、自らの経営課題の把握や経営計画の策定、目標達成状況のモニタリングを可能とする仕組み構築を支援します。

【見えない資産の把握・活用(知的資産経営)】

中小企業が有する技術や創造力、人脈や信頼等の無形の資産(知的資産)を文書化(「見える化」)する取組を支援し、取引先や金融機関、従業員等のステークホルダーに対するコミュニケーション能力を強化し、信用力の向上に繋がります。

◎新事業展開を支援します。

【経営革新】

中小企業の新事業展開に向けた計画策定・実施・検証(PDCA)を支援し、経営革新計画の承認等に繋げ、着実に実施する体制の構築を支援するとともにフォローアップを行います。

【地域資源活用】

地域の特徴的な素材や技術(地域資源)の活用によって、中小企業が新商品開発や販路開拓、ブランド力構築等を行う際に必要とする、情報提供や具体的な助言、専門家の紹介等を支援します。

【農商工連携】

農林漁業者との連携(農商工等連携)によって、中小企業が新商品開発や販路開拓、ブランド力構築等を行う際に必要とする、情報提供や具体的な助言、専門家の紹介等を支援します。

創業・再チャレンジを支援します

◎創業を支援します。

【創業支援】

創業を目指す者を支援するため、応援コーディネーター・専門家等が創業に必要な知識・ノウハウ等を付与し、ビジネスプランのブラッシュアップ等を行うとともに、各種創業関連施策を活用し、質の高い創業に向けた支援を行います。

◎再チャレンジを支援します。

【再チャレンジ支援】

事業継続の見通しが見えない中小企業等経営者の事業転換や廃業経験者の再起業(再創業)を支援するため、応援コーディネーター等が財務諸表等に基づく経営診断の実施や、必要に応じて、弁護士等の専門家を派遣して早期の事業転換や再起業を支援します。

事業承継を支援します

【事業承継支援】

後継者不在による廃業に伴う雇用・技術の喪失を防止するため、あらゆる事業承継のニーズに対応したワンストップサービスを応援コーディネーター中心に行います。

それぞれの地域力連携拠点が地域をサポートし、 パートナー機関とも連携して 愛媛県全体をカバーします。

(財)えひめ産業振興財団

- ★全体とりまとめ機関
- ★高度支援（経営革新、地域資源、農商工連携、創業支援）

松山商工会議所（愛媛県商工会議所連合会）

- ★事業承継支援センター（商工会議所エリア）
- ★高度支援（見えない資産、再チャレンジ）
- 中予を主とする支援拠点

大洲商工会議所

八幡浜商工会議所

- 八幡浜・大洲圏域を主とする支援拠点

宇和島商工会議所

- 宇和島圏域を主とする支援拠点

(財)今治地域地場産業振興センター



今治商工会議所

- 今治圏域を主とする支援拠点

(財)東予産業創造センター



新居浜商工会議所

- 西条・新居浜、宇摩圏域を主とする支援拠点

(株)西条産業情報支援センター

- 西条圏域を主とする支援拠点

愛媛県商工会連合会

- ★事業承継支援センター（商工会エリア）
- ★高度支援（IT活用）
- 商工会支援対象とりまとめ機関

愛媛県中小企業団体中央会

- ★製造業のマッチング・連携支援（その他）
- ★連携促進の高度支援

パートナー機関

- | | |
|---------|--------------|
| 各地の商工会 | 愛媛大学 |
| (株)伊予銀行 | 愛媛県産業技術研究所 |
| (株)愛媛銀行 | (社)発明協会愛媛県支部 |
| 愛媛信用金庫 | 農協・漁協 など |

凡例:

- ★県域全体のとりまとめ機能
- 地域資源・農商工連携、創業等のコーディネート／ハンズオン

それぞれの地域力連携拠点の 支援事業内容(平成20年度)を紹介します。

機 関 名 称	IT活用経営管理	見えない資産活用	経営革新	地域資源活用	農工商連携	その他の	創業支援	再チャレンジ支援	事業継承支援	所在地	連絡先
(財)えひめ産業振興財団	●		★	★	★	●	★			〒791-1101 松山市久米窪田町337-1	Tel 089-960-1100 Fax 089-960-1105
愛媛県中小企業団体中央会			●	●	●	●				〒790-0003 松山市三番町4-10-1	Tel 089-943-7285 Fax 089-932-0819
愛媛県商工会連合会	★			●	●	●			★	〒790-0065 松山市宮西1-5-19	Tel 089-924-1103 Fax 089-922-0249
松山商工会議所	●	★	●			●	●	★	★	〒790-0067 松山市大手町2-5-7	Tel 089-941-4111 Fax 089-947-3126
新居浜商工会議所	●	●	●	●		●				〒792-0025 新居浜市一宮町2-4-8	Tel 0897-33-5581 Fax 0897-33-5609
(財)東予産業創造センター		●	●	●		●				〒792-0060 新居浜市大生院2151-10	Tel 0897-66-1111 Fax 0897-66-1112
今治商工会議所			●	●		●	●	●		〒794-0042 今治市旭町2-3-20	Tel 0898-23-3939 Fax 0898-31-6667
八幡浜商工会議所			●	●	●		●			〒796-0048 八幡浜市北浜2-3-25	Tel 0894-22-3411 Fax 0894-24-1405
大洲商工会議所			●	●	●		●			〒795-0012 大洲市大洲694-1	Tel 0893-23-5150 Fax 0893-23-3774
宇和島商工会議所			●	●	●		●	●		〒798-0060 宇和島市丸之内1-3-24	Tel 0895-22-5555 Fax 0895-24-6655
(株)西条産業情報支援センター				●	●	●	●	●	●	〒793-0041 西条市神拝甲150-1	Tel 0897-53-0010 Fax 0897-53-0011

★…県内取りまとめ機能 ●…重点事業

印(★、●)のない分野についてもお気軽にご相談ください。「Teamえびす」の総力でお応えします。

平成20年度の各拠点の応援コーディネーターを紹介します。

財団法人えひめ産業振興財団

氏名	得意分野、資格・実績のうち主なもの
渡邊憲一 (57)	えひめ産業振興財団プロジェクトマネージャー 経営分析と解決策立案、1次産品から工業製品まで商品化支援、製造業のIT化支援、企業のトータルマネジメント
相原憲二 (61)	生産管理システム・販売管理システム等のIT化戦略支援、プロジェクト管理
越智 豊 (40)	中小企業診断士、(独)中小企業基盤整備機構中心市街地商業活性化アドバイザー 経営課題の抽出と解決策の検討等経営分析、経営革新支援 ほか

愛媛県中小企業団体中央会

小野利博 (60)	前えひめ産業振興財団プロジェクトマネージャー 課題抽出と解決策立案、技術調査、製品開発、商品化、販売支援、企業のIT化支援、ビジネスマッチング ほか
高市敦史 (54)	中小企業診断士 経営革新支援、中小企業の組織化 ほか

愛媛県商工会連合会

上田 修 (42)	「ネットde記帳」の操作研修会講師 経営課題の抽出とITを活用した改善策の提案、顧客アプローチ提案、オンラインショッピングモールの構築・運営 ほか
菅 孝司 (46)	「ネットde記帳」「電子入札/納品」講師 経営課題の抽出とITを活用した解決策の提案、各分野専門家との支援連携コーディネート ほか
白戸謙一 (40)	専門経営指導員 創業支援、経営課題の抽出と対応、経営分析、経営革新計画策定と承認支援、地域資源活用型事業支援 ほか
中対 明 (38)	専門経営指導員 経営課題抽出とITを活用した改善策の提案、MAP等デザイン・作成アドバイス、グループウェア導入支援 ほか
山本真二 (38)	専門経営指導員 再チャレンジ支援、創業支援、経営環境分析と新事業展開支援、経営革新計画策定と承認支援、知的財産経営支援 ほか
稲井 強 (37)	専門経営指導員 小規模事業所等のIT化・ネットワーク化・ホームページ作成等支援、オンライン財務会計導入支援 ほか

松山商工会議所

長尾 要 (66)	中小企業診断士、特定社会保険労務士 SWOT分析等経営分析手法に基づく創業及び経営革新支援、商店・商店街及び食品工業の活性化支援、事業承継
東矢憲二 (59)	中小企業診断士、特定社会保険労務士、ITコーディネータ 経営革新、ネットワーク連携、マーケティング、人材育成
豊田 博 (57)	主席専門経営指導員 新現役チャレンジ支援事業、中小企業再生支援事業、地域資源活用事業に関する企業と専門家とのコーディネート
佐々木孝純(55)	主席経営指導員 創業・経営革新支援、経営課題の抽出と解決策の検討
池田 稔 (55)	経営指導員、シニアアドバイザー、経営革新支援アドバイザー 創業・経営革新支援、経営課題の抽出と解決策の検討
戸嶋祐介 (29)	経営指導員 創業・経営革新支援、経営課題の抽出と解決策の検討

新居浜商工会議所

矢野幸治 (46)	中小企業診断士、今治商工会議所経営革新・創業の支援アドバイザー、創業塾講師 経営革新支援、経営戦略再構築支援、事業再生に関する金融支援、地域活性化・街づくり支援 ほか
-----------	--

財団法人東予産業創造センター

氏名	得意分野、資格・実績のうち主なもの
秋田次雄 (58)	東予産業創造センター登録専門相談員 C I改革プロデュース、商品開発支援、経営課題の抽出と新商品開発支援、工業デザイン ほか
村上哲也 (51)	東予産業創造センターインキュベーションマネージャー 中小企業者の経営課題の抽出と新事業展開支援 ほか
矢葺広和 (32)	東予産業創造センターインキュベーションマネージャー 中小企業者の経営課題の抽出と新事業展開支援 ほか

今治商工会議所

越智 豊 (40)	中小企業診断士、商業活性化アドバイザー、経営革新支援アドバイザーセンターの講演会講師 経営革新支援、商業診断分析 ほか
矢野幸治 (46)	中小企業診断士、今治商工会議所経営革新・創業の支援アドバイザー、創業塾講師 経営革新支援、経営戦略再構築支援、事業再生に関する金融支援、地域活性化・街づくり支援 ほか
玉井裕司 (46)	中小企業診断士、今治商工会議所経営革新・創業の支援アドバイザー、経営革新塾・創業塾の講師 経営革新支援、経営分析、創業支援 ほか
松本義秀 (53)	今治商工会議所経営指導員、経営革新支援アドバイザー、再チャレンジ事業窓口コーディネーター 経営革新、創業支援、金融支援、地場企業との連携支援 ほか
三好 哲 (43)	今治商工会議所経営指導員、販売士養成講習会講師 従業員・販売研修、経営革新支援 ほか

八幡浜商工会議所

佐伯賢一 (57)	えひめ産業振興財団東中予コーディネーター 経営管理(企画・戦略)、販売・マーケティング全般、経理・財務全般、資金調達 ほか
西村修造 (53)	中小企業診断士、社会保険労務士 経営課題の抽出と解決策の検討、経営革新・創業支援 ほか

大洲商工会議所

長尾 要 (66)	中小企業診断士、特定社会保険労務士 SWOT分析等経営分析手法に基づく創業及び経営革新支援、商店・商店街及び食品工業の活性化支援、事業承継
上野敬治 (46)	中小企業診断士、社会保険労務士、産業カウンセラー、人事院公認監督者研修インストラクター 経営分析・財務分析、ビジネスプラン作成指導、ISO認証申請、経営革新 ほか
岡本恭英 (47)	社会保険労務士 創業時の労働保険・社会保険の加入手続き及び各種助成金の支給申請手続きの代行、就業規則・賃金制度の策定 ほか

宇和島商工会議所

上田正春 (53)	えひめ産業振興財団南予コーディネーター コミュニティビジネス創業支援、経営戦略・事業計画支援、提案営業、財務・税務 ほか
近藤修司 (44)	ITコーディネータ 組織改革、IT戦略立案・導入支援 ほか

株式会社西条産業情報支援センター

津田雄造 (68)	(株)西条産業情報支援センター ジェネラルマネージャー 経営問題全般に関わる支援、創業支援、再チャレンジ支援、農商工連携、産学官連携、M & A、販路開拓支援 ほか
松本義彦 (63)	(株)西条産業情報支援センター コーディネーター 製造業の課題解決支援、地域資源活用事業支援、農商工連携、人材マッチング支援 ほか
山田佳功 (43)	(株)西条産業情報支援センター コーディネーター、インキュベーションマネージャー、ファイナンシャルプランナー 金融相談対応、経営管理支援、補助金申請等の支援、販路開拓支援、人材マッチング支援 ほか